

Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет філології
Кафедра романо-германської філології

ДИПЛОМНА РОБОТА

ступеня „магістр“

на тему:

**„ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ НІМЕЦЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З
КУЛІНАРНИМ КОМПОНЕНТОМ (НА МАТЕРІАЛІ СУЧАСНИХ
НІМЕЦЬКИХ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ)“**

Виконала:
студентка 6-го курсу,
групи ІФ-62
спеціальності 035 Філологія
Мацюк Ольга Вікторівна

Керівник: Орел Ірина Іванівна,
кандидат філологічних наук, доцент

Рецензент:

Рівне – 2025

АНОТАЦІЯ

Мацюк О. В. Перекладацький аспект німецьких фразеологізмів з кулінарним компонентом (на матеріалі сучасних німецьких публіцистичних текстів).

Наукова робота на здобуття ступеня „магістр“ за спеціальністю 035 „Філологія. Германські мови та літератури (переклад включно), перша - німецька“. – Рівне, РДГУ. - 2025

Науковий керівник – Орел Ірина Іванівна.

У магістерській роботі досліджено перекладацький аспект німецьких фразеологічних одиниць з кулінарним компонентом на матеріалі сучасних німецькомовних публіцистичних текстів. **Актуальність** дослідження зумовлена зростанням ролі публіцистики у міжкультурній комунікації та необхідністю адекватного відтворення культурно маркованих мовних одиниць у перекладі. Фразеологізми з кулінарним компонентом розглядаються як носії національно-культурної специфіки, образності та оцінності, що ускладнює їх переклад українською мовою.

У роботі проаналізовано теоретичні засади фразеології, визначено основні семантичні, структурні та прагматичні характеристики німецьких фразеологічних одиниць із кулінарним компонентом, а також їх функціонування в публіцистичному дискурсі. Особливу увагу приділено перекладацьким стратегіям і способам відтворення таких одиниць, зокрема використанню повних і часткових еквівалентів, аналогів, калькування та описового перекладу. На основі зіставного аналізу оригінальних і перекладених текстів виявлено типові труднощі перекладу та запропоновано шляхи їх подолання з урахуванням семантики, стилістики й прагматичного впливу фразеологізмів. Результати дослідження мають теоретичне й практичне значення для перекладознавства та міжкультурної комунікації.

Ключові слова: фразеологічна одиниця, кулінарний компонент, німецька мова, переклад, публіцистичний текст, міжкультурна комунікація, перекладацькі стратегії.

ABSTRACT

Matsiuk O. V. The translational aspect of German phraseological idioms with a culinary component (based on modern German journalistic texts). Master's thesis for the degree of Master in the specialty 035 Philology. Germanic languages and literatures (including translation), first language – German. Rivne, Rivne State University of Humanities, 2025. Academic supervisor – Iryna Ivanivna Orel.

The master's thesis investigates the translational aspect of German phraseological units with a culinary component on the basis of modern German-language journalistic texts. The relevance of the study is обусловлена by the growing role of journalism in intercultural communication and the need for adequate rendering of culturally marked linguistic units in translation. Phraseological units with a culinary component are considered as carriers of national and cultural specificity, imagery, and evaluative meaning, which complicates their translation into Ukrainian.

The paper analyzes the theoretical foundations of phraseology and identifies the main semantic, structural, and pragmatic characteristics of German phraseological units with a culinary component, as well as their functioning in journalistic discourse. Special attention is paid to translation strategies and methods of rendering such units, in particular the use of full and partial equivalents, analogues, calquing, and descriptive translation. Based on a contrastive analysis of original and translated texts, typical translation difficulties are identified and ways of overcoming them are proposed, taking into account the semantics, stylistic features, and pragmatic impact of phraseological units. The results of the research have theoretical and practical significance for translation studies and intercultural communication.

Keywords: phraseological idiom, culinary component, German language, translation, journalistic text, intercultural communication, translation strategies.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФРАЗЕОЛОГІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ	10
1.1. Визначення поняття фразеологія та ФО.....	10
1.2. Основні риси та класифікаційні властивості ФО.....	16
1.3. Способи перекладу ФО: основні підходи та стратегії.....	22
1.4. Лексичне вираження кулінарного компонента у структурі ФО.....	27
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СЕМАНТИЧНИХ, СТРУКТУРНИХ ТА ПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФО	32
2.1. Семантичні особливості ФО з кулінарним компонентом.....	32
2.2. Структурні особливості ФО з кулінарним компонентом.....	35
2.3. Прагматичні аспекти використання ФО з кулінарним компонентом.....	37
2.4. Специфіка ФО у публіцистичних текстах: функції та стилістичне навантаження.....	41
Висновки до розділу 2.....	44
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ ФО З КУЛІНАРНИМ КОМПОНЕНТОМ	47
3.1. Методи перекладу ФО у публіцистичних текстах.....	47
3.2. Аналіз та опис методів перекладу у різних тематичних рубриках.....	51
3.3. Труднощі перекладу ФО з кулінарним компонентом та шляхи їх подолання.....	54
3.4. Проблематика передачі значення та стилістики перекладених ФО.....	57
Висновки до розділу 3.....	59
ВИСНОВКИ	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	66
ДОДАТКИ	73
Додаток А.....	73
Додаток Б.....	74

ВСТУП

У сучасних умовах взаємодії культур і широкого використання публіцистичних матеріалів в інформаційному просторі правильна інтерпретація фразеологічних одиниць (далі — ФО) має важливе значення для збереження якості перекладу та забезпечення адекватного сприйняття тексту аудиторією. Це особливо важливо в умовах, коли такі тексти використовуються для міжкультурної комунікації, сприяють поширенню знань про культуру і традиції німецькомовного світу та допомагають уникнути міжкультурних непорозумінь.

Особливість ФО полягає в тому, що вони часто не мають буквального значення, а несуть приховані культурно обумовлені смисли, які не завжди очевидні для представників інших культур. Їхній переклад вимагає від перекладача не лише знання мови, але й здатності адаптувати ці вислови до мови перекладу, занурюючись у культурний контекст, зберігаючи їхній зміст, експресивність і стилістичне забарвлення.

У сучасному українському мовознавстві вагомий внесок у розвиток теорії фразеології та її перекладознавчих аспектів зробили такі дослідники, як Лариса Масенко, Ілько Корунець, Тарас Кияк, Тетяна Тоненчук, Ярослав Баран, Михайло Гавриш. У своїх працях вони приділили значну увагу питанням відтворення образної структури ФО та виявленню когнітивних механізмів, які впливають на переклад. Гаральд Бургер, Вернер Келлер є відомими німецькими дослідниками, які займалися вивченням проблем міжкультурної варіантності ФО, а також методів інтерпретації сталих виразів у текстах різних жанрів. В англійській лінгвістичній традиції провідне місце посідають праці Мони Бейкер, Юджина Найда та Пітера Ньюмарка. Мона Бейкер досліджувала стратегії відтворення ідіом у міжмовній комунікації, тоді як Пітер Ньюмарк розробляв принципи передачі образності та функціонального змісту ФО. Крім того, суттєвий внесок у європейську фразеологічну теорію зробили дослідники з інших країн: Жан-Клод Анскомбр та Ален Рей (Франція), Войцех Хлебда (Польща) та Хулія Севілья Муњйос (Іспанія). Їхні праці розкривають

прагматичні, семантичні та культурологічні аспекти фразеології, що дозволяє глибше зрозуміти шляхи перекладу сталих виразів у різних мовних традиціях.

Актуальність дослідження перекладацького аспекту німецьких ФО із кулінарним компонентом зумовлена сучасними тенденціями глобалізації, міжкультурної комунікації та необхідністю глибшого розуміння культурної специфіки мовних одиниць. ФО як стійкі вирази відображають не лише мовну систему, а й ментальність народу, його традиції, світогляд і спосіб життя. Особливе місце серед ФО займають ті, що мають кулінарний компонент, оскільки кулінарія є важливою складовою будь-якої культури, що включає як матеріальні, так і духовні аспекти. Німецька мова має багату фразеологічну систему, в якій кулінарні вирази займають значну частку, що робить їх переклад надзвичайно цікавим і водночас складним завданням.

Особливої актуальності це питання набуває в контексті публіцистичних текстів, які часто використовують ФО для привертання уваги читача, створення емоційного впливу чи передачі певної іронії або гумору. Однак передача цих стилістичних особливостей у перекладі є складною, оскільки перекладач стикається з проблемою вибору: зберегти буквральність вислову, втративши його стилістичний ефект, чи замінити ФО аналогом, який може бути ближчим до культури мови перекладу.

Окрім того, ФО з кулінарним компонентом є своєрідними „ключами“ до розуміння народних уявлень про їжу як метафору для опису життя, стосунків, соціальних явищ та емоцій. Їхній аналіз і адекватний переклад дозволяють не лише зберегти літературну цінність публіцистичних текстів, але й сприяють поглибленню знань про німецьку культуру, зокрема про її гастрономічні традиції, соціальні стереотипи та мовну картину світу.

Таким чином, дослідження перекладацького аспекту німецьких ФО із кулінарним компонентом є актуальним як з точки зору теоретичної лінгвістики, так і з точки зору практики перекладу. Вивчення цих мовних одиниць допоможе вдосконалити підходи до перекладу фразеологічних висловів, сприятиме розвитку міжкультурної компетентності перекладачів та відкриє нові можливості для аналізу

німецькомовних публіцистичних текстів у контексті їхнього впливу на міжкультурну комунікацію.

Об'єкт дослідження: німецькі ФО з кулінарним компонентом, представлені у сучасних публіцистичних текстах.

Предмет дослідження: особливості перекладу німецьких ФО із кулінарним компонентом українською мовою, з урахуванням їхньої семантики, стилістичного забарвлення та культурно-національної специфіки.

Мета дослідження: виявити лінгвістичні та культурні особливості німецьких ФО із кулінарним компонентом, визначити основні перекладацькі стратегії та способи їхньої адаптації в українському перекладі, зважаючи на специфіку сучасних публіцистичних текстів.

Завдання дослідження:

1. Розкрити основні теоретичні засади фразеології, визначити сутність ФО і проаналізувати їх класифікації у сучасній лінгвістиці.
2. Охарактеризувати способи та стратегії перекладу ФО, визначити чинники, що впливають на адекватність їх відтворення.
3. Проаналізувати специфіку кулінарного компонента у структурі німецьких ФО та його роль у формуванні значення й образності.
4. Дослідити семантичні, структурні та прагматичні особливості ФО із кулінарним компонентом у німецькій мові.
5. Виявити функції та стилістичне навантаження ФО із кулінарним компонентом у сучасних публіцистичних текстах.
6. Описати основні методи перекладу ФО із кулінарним компонентом, зокрема у різних тематичних рубриках публіцистики.
7. Окреслити основні труднощі, які виникають під час перекладу ФО із кулінарним компонентом, та запропонувати шляхи їхнього подолання.
8. Визначити особливості передачі значення та стилістики німецьких ФО із кулінарним компонентом у перекладі українською мовою.

У роботі були застосовані такі **методи:**

1. Описовий метод (аналіз теоретичних джерел і систематизація матеріалу).

2. Структурно-семантичний аналіз (встановлення будови, значення та типів ФО).

3. Прагматичний аналіз (визначення комунікативних функцій ФО у публіцистиці).

4. Порівняльно-зіставний метод (зіставлення оригінальних та перекладених ФО).

Матеріалом для роботи послугували публіцистичні тексти німецькомовних інтернет-видань, переважно статті газет Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, der Spiegel та die Zeit. Для перекладу було використано українські відповідники таких статей з інтернет-джерела Deutsche Welle, німецькомовні тлумачні онлайн-словники Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache; Wörterbuch und Portal für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache; Duden та деякі фразеологічні словники української мови.

Наукова новизна дослідження полягає у комплексному аналізі німецьких ФО із кулінарним компонентом з урахуванням їхньої семантики, структури, прагматичних функцій та специфіки використання в сучасних публіцистичних текстах. У роботі розкриваються особливості функціонування таких ФО у різних стилістичних контекстах, що раніше не було достатньо вивчено у межах української перекладознавчої науки. Виявлено вплив культурно-національних особливостей на значення і використання ФО із кулінарним компонентом, а також обґрунтовано ефективні перекладацькі стратегії, що враховують прагматичні аспекти тексту оригіналу. Аналіз прагматичного та стилістичного навантаження кулінарних ФО у німецькомовних публіцистичних текстах та їхньої адекватної адаптації до українського мовно-культурного контексту забезпечує новизну отриманих результатів і пропонує рішення для подолання труднощів перекладу, пов'язаних із мовними та культурними бар'єрами.

Теоретичне значення дослідження полягає у розширенні уявлень про специфіку ФО із кулінарним компонентом як окремої категорії у межах німецької фразеології та їхньої ролі у формуванні мовної картини світу. Робота доповнює теорію фразеології, висвітлюючи нові аспекти класифікації таких одиниць, зокрема їхній вплив на

текстову структуру та стилістику публіцистичних текстів. Застосовані підходи до аналізу семантики, структури та прагматики ФО із кулінарним компонентом сприяють подальшому розвитку перекладознавчої науки, оскільки вони можуть бути використані для вдосконалення моделей перекладу ФО різних типів. Крім того, запропоновані перекладацькі стратегії можуть бути корисними для лінгвокультурологічного аналізу фразеології інших мов, що сприяє розвитку міжкультурної комунікації та перекладознавства як міждисциплінарної галузі.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів у кількох напрямках. По-перше, запропоновані методики аналізу та перекладу ФО можуть бути застосовані у практичній діяльності перекладачів, зокрема при роботі з публіцистичними текстами. Висновки роботи надають конкретні рекомендації щодо адаптації ФО із кулінарним компонентом до українського мовного та культурного середовища, що сприятиме підвищенню якості перекладів. По-друге, матеріали дослідження можуть бути використані у викладанні фразеології, перекладознавства та німецької мови як іноземної, зокрема у навчальних курсах, присвячених особливостям перекладу ФО. По-третє, результати роботи є корисними для укладання двомовних словників ФО, що спеціалізуються на кулінарних висловах, а також для створення навчально-методичних матеріалів, орієнтованих на студентів-філологів і перекладачів.

Апробація дослідження. Стаття „Перекладацький аспект німецьких ФО з кулінарним компонентом (на матеріалі сучасних німецьких публіцистичних текстів)“ у збірнику „Проблеми лінгвістичної семантики: IX Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (15 листопада 2024 року). Збірник матеріалів. Рівне: РДГУ, 2024“.

Публікація „Методи перекладу усталених мовних знаків на матеріалі німецької публіцистики“ у збірнику „Проблеми лінгвістичної семантики: X Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (20 листопада 2025 року). Збірник матеріалів. Рівне: РДГУ, 2025“.

Структура роботи. Наукова робота складається з анотації українською та англійською мовами, вступу, трьох розділів, дванадцяти підрозділів (по чотири до

кожного розділу) та висновків до них, загального висновку, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи — 65 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФРАЗЕОЛОГІЇ ТА ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ

1.1. Визначення поняття фразеологія та ФО

Фразеологія як розділ мовознавства досліджує стійкі словосполучення, які мають цілісне значення і є одиницями мови, що використовуються для вираження конкретних смислів, настроїв чи оцінок. Основною одиницею фразеології є ФО, який визначається як семантично неподільне стійке сполучення слів, що функціонує у мовленні як єдине ціле. ФО вирізняються тим, що їхнє значення не впливає з суми значень окремих слів, з яких вони складаються. Сам термін „фразеологія“ походить від грецького *phrasis* – „вираз“, „зворот“ і *logos* – „слово“, „вчення“. Вперше поняття фразеології було введене у науковий обіг у XVIII столітті і на початковому етапі стосувалося лише вивчення риторичних та стилістичних засобів мовлення (Баран, 1999). У сучасному розумінні фразеологія охоплює дослідження не лише власне ФО, а й процесів їхнього утворення, функціонування в мові та мовленні, стилістичних і прагматичних характеристик.

Важливою характеристикою ФО є їхня стійкість, яка виявляється у незмінності лексичного складу та граматичної структури. Це означає, що слова у складі ФО не можуть бути замінені іншими без втрати його значення (Готра, 2016). Наприклад, у німецькому ФО *die Suppe auslöffeln* (FAZ, 15.03.2019) (дослівно: *розхльобувати суп*, у значенні „нести відповідальність за свої вчинки“ (WPRaRwiASU)) заміна слова *Suppe* на будь-яке інше руйнує ідіоматичне значення.

Фразеологія також тісно пов'язана з національно-культурними особливостями мови, оскільки ФО часто відображають традиції, побут, звичаї та стереотипи певного народу. Наприклад, кулінарні ФО в німецькій мові відображають культуру споживання їжі, гастрономічні уподобання та символіку продуктів (Белих, 2012).

Дослідження ФО має важливе значення для лінгвістики, оскільки ці одиниці мови відображають взаємодію мови та культури, а також сприяють кращому розумінню мовної картини світу певного народу. Їхній аналіз дозволяє глибше

зрозуміти механізми мовної креативності та передачі значень, що є важливим як у теоретичному аспекті, так і для прикладних галузей, таких як перекладознавство (Васильєва, 2004 с. 54).

Фразеологія є однією з найбільш цікавих і водночас складних сфер мовознавства, оскільки вона досліджує мовні одиниці, які відображають унікальні риси національної культури, історії та світогляду. ФО, як частина цієї галузі, є невід'ємною складовою будь-якої мови, і їх значення значно перевершує простий зміст слів, що входять до їх складу. Вони втілюють колективний досвід нації, її традиції, особливості сприйняття світу, а також емоційно-оцінні ставлення до різних явищ. Це робить ФО не лише лінгвістичним, а й культурологічним феноменом (Васько, 2022).

Кожна мова має свої ФО, які можуть бути унікальними та незрозумілими для носіїв інших мов. Унікальність ФО пов'язана з тим, що вони формуються на основі специфічного історичного та культурного контексту. Наприклад, кулінарні ФО в багатьох мовах відображають гастрономічні традиції певного народу, символічне значення їжі або специфіку національного побуту. У німецькій мові кулінарні ФО займають важливе місце і мають значний вплив на формування мовної картини світу. Вони нерідко базуються на традиціях німецької кухні, побутових звичках та образних асоціаціях, які є зрозумілими для носіїв цієї мови, але можуть викликати труднощі при сприйнятті або перекладі іншими мовами.

ФО виконують важливі функції у мовленні, серед яких основними є номінативна, експресивна, стилістична та комунікативна. Номінативна функція полягає у позначенні певних об'єктів, явищ чи ситуацій, часто в образній формі. Експресивна функція виражає емоційне ставлення мовця до ситуації або об'єкта. Використання ФО дозволяє підсилити емоційне забарвлення висловлювання, зробити його більш виразним і впливовим. Стилiстична функція полягає у створенні певного стилю мовлення: ФО можуть використовуватись як у формальному, так і в неформальному контексті, залежно від їхніх семантичних і прагматичних особливостей (Васильчук, 2013).

ФО є надзвичайно важливими у комунікативній функції, адже вони допомагають робити мовлення більш жвавим, природним і автентичним. Їх використання свідчить

про високий рівень володіння мовою, оскільки вони вимагають від мовця не лише знання слів, але й розуміння їхнього контекстуального та культурного значення. У публіцистиці, наприклад, ФО часто використовуються для створення яскравих і запам'ятовуваних заголовків, які привертають увагу читача та формують певну емоційну реакцію, наприклад ФО *ein faules Ei sein* виступає у назві статті „Das faulste Ei in der deutschen Politik“ (SZ, 27.08.2012).

ФО з кулінарним компонентом мають особливу природу, оскільки вони базуються на універсальному явищі – харчуванні, яке є невід'ємною частиною людського життя. Однак, незважаючи на універсальність теми, конкретні ФО часто відображають культурно специфічні уявлення про їжу, її символіку та роль у суспільстві. Наприклад, у німецькій мові їжа часто асоціюється з поняттями добробуту, гармонії та задоволення. Це відображено у таких виразах, як *alles in Butter* (SZ, 25.05.2017) (дослівно: *все в маслі*), що означає „все гаразд“ (WPRaRwiASU), або *wie warme Semmeln gehen* (SZ, 13.12. 2023) (дослівно: *розходиться, як гарячі булочки*), що позначає щось дуже популярне або затребуване (WPRaRwiASU). Такі вирази нерідко стають викликом для перекладачів, оскільки вони потребують адаптації до мовного середовища, де подібні образи можуть бути менш зрозумілими або зовсім відсутніми.

Важливим аспектом дослідження фразеології є її взаємозв'язок із мовною картиною світу. ФО не просто позначають певні явища, вони відображають, як ці явища сприймаються носіями мови. Наприклад, їжа у багатьох німецьких ФО виступає як метафора для людських стосунків, поведінки або емоційного стану. Це демонструє глибоку взаємодію між мовою та культурою, що є ключовим об'єктом фразеологічних досліджень.

Окрім того, ФО є важливим засобом збереження культурної пам'яті, адже вони містять у собі історичні та соціальні реалії, які можуть бути втрачені у разі зникнення певних мовних одиниць (Денисенко, 2010, с. 36). Наприклад, деякі кулінарні ФО, пов'язані з традиційними стравами, можуть мати історичне походження та відображати стародавні звичаї або професії, які більше не існують. Це робить

фразеологію надзвичайно важливим джерелом для вивчення історії та культури певного народу.

Фразеологічна система мови є складною і багатогранною, вона постійно розвивається та змінюється під впливом соціальних і культурних факторів. У сучасному світі, де глобалізація сприяє інтеграції мов і культур, ФО зберігають свою унікальність і продовжують відігравати важливу роль у міжкультурній комунікації (Левченко, 2005). Їх вивчення є важливим не лише для розуміння мови, але й для побудови ефективного діалогу між культурами.

Фразеологія має значний вплив на комунікативний процес, оскільки ФО дозволяють точніше і виразніше передавати думки, емоції, уявлення про навколишній світ. Використання ФО у мовленні забезпечує стилістичне забарвлення, підвищує виразність і емоційну насиченість висловлювань. Їхнє значення не є відокремленим від загального контексту, в якому вони використовуються, а тому кожен ФО може набувати додаткових відтінків у залежності від конкретної ситуації. Зокрема, це особливо важливо для літературної мови, публіцистики, реклами та інших жанрів, де ФО виступають як інструменти, що активно впливають на емоційний фон і сприйняття аудиторією (Денисенко, 2010).

Особливу увагу до фразеології варто приділити в контексті навчання іноземним мовам. ФО можуть викликати серйозні труднощі у тих, хто вивчає мову, оскільки прямий переклад не завжди можливий через відмінності у культурному контексті. Тому важливим аспектом є не лише запам'ятовування конкретних виразів, але й розуміння їхнього походження, використання у різних соціальних ситуаціях і традиціях. При перекладі ФО з однієї мови на іншу дуже важливо зберегти їхню семантичну цілісність і прагматичний вплив на слухача чи читача. У зв'язку з цим виникає потреба у спеціалізованих словниках і довідниках, що фіксують не лише значення, але й контекст, у якому ці ФО можуть бути використані (Пишна, 2013).

Інтерес до фразеології в останні десятиліття зростає не тільки через її мовленнєву функцію, а й через дослідження її культурного значення. Фразеологічні вирази можуть служити не лише засобом вираження емоцій або створення образних картин світу, але й важливим джерелом для вивчення соціальних змін, трансформацій у

світогляді, економічних чи політичних процесів. Наприклад, певні ФО, які виникли в умовах економічних криз чи політичних переворотів, можуть відображати особливості того чи іншого історичного періоду, а також народні уявлення про успіх, багатство чи владу.

Зокрема, фразеологія є важливим елементом літератури та її стилістики. У творах класичної літератури ФО використовуються не тільки для передачі звичайного повсякденного мовлення, але й як літературний прийом, що збагачує мову, додає їй емоційного і образного забарвлення. Великі письменники часто використовували ФО для створення певної атмосфери, характеристики персонажів або вираження глибоких філософських та соціальних ідей. Вони здатні втілювати культурні стереотипи, національні уявлення, а також емоційні чи естетичні аспекти мови (Полюжин, 2019).

Немало важливе місце фразеологія займає і в галузі психології. ФО відображають не лише мовну картину світу, а й психологічний стан людей, емоційні реакції на події. Їхнє вивчення дозволяє глибше зрозуміти, як мова впливає на психологічний стан людини, які стереотипи і шаблони мислення закріплені в культурі і як ці стереотипи виявляються через мову (Селіванова, 2004). Наприклад, ФО, що виражають негативне ставлення до якоїсь ситуації, можуть бути інтерпретовані як індикатори соціальних чи психологічних проблем у суспільстві.

Одним із аспектів, що підвищує важливість фразеології як наукової дисципліни, є її роль у мовній адаптації. ФО можуть бути використані для адаптації мови до нових умов чи нових культурних реалій. Це важливо в умовах глобалізації, коли мови взаємодіють між собою, обмінюються лексичними одиницями, а ФО можуть ставати „міжнародними“ (Зубач, 2007). Проте, при цьому часто виникає проблема збереження унікальності культурних контекстів і змістів, закладених у ФОах.

Крім того, фразеологія є важливим інструментом у викладанні мови як іноземної. Розуміння ФО дозволяє студентам не лише засвоїти правильні мовні форми, але й зрозуміти соціокультурні особливості, адже кожен ФО несе в собі цілу культурну конструкцію, яка зберігається у мові на рівні суспільства. Вивчення ФО допомагає розширити мовний горизонт студентів, забезпечити їх культурною компетенцією і поглибити розуміння міжкультурних відмінностей (Щигло, 2015).

Фразеологія є важливою частиною мовної системи, яка відображає як мовні, так і культурні особливості народу. Порівняння ФО між різними мовами дозволяє виявити не тільки лексичні і граматичні, але й культурні відмінності, які впливають на сприйняття світу і взаємодію між носіями різних мов (Мойсеєнко, 2013). У цьому контексті фразеологія виступає важливим інструментом для вивчення мовної картини світу і надає глибоке розуміння того, як люди в різних культурах сприймають реальність, організовують своє повсякденне життя, та як вони адаптуються до змін у своєму середовищі.

Важливою частиною фразеології є також її роль у вивченні міжкультурної комунікації. Завдяки своїй культурній специфічності, ФО можуть стати бар'єром для порозуміння між носіями різних мов. Переклад ФО є особливо складним завданням, оскільки багато з них містять культурні або історичні алюзії, які можуть бути не знайомі іноземним слухачам або читачам (Гвоздяк, с. 12). Однак при перекладі ФО необхідно враховувати не лише їх буквальне значення, але й контекстуальні та емоційні відтінки, щоб зберегти колорит і виразність оригіналу. В іншому випадку, ФО можуть бути спотворені або взагалі втратити свій зміст.

Таким чином, фразеологія є важливою складовою мовної культури, яка не лише збагачує мову, але й допомагає зберігати культурну ідентичність, передавати традиції та норми суспільства. Вона дає можливість проникнути в глибину історії, побуту, світогляду і психології народу, відображаючи його ставлення до різноманітних аспектів життя, таких як їжа, сімейні стосунки, робота, природні явища та інші. У цьому сенсі фразеологія є не лише інструментом мовного вираження, але й способом збереження культурної пам'яті, яка визначає і формується через мову.

Перегляд фразеології через призму глобалізації та міжкультурного діалогу вказує на зростаючу потребу в розумінні та повазі до мовних і культурних відмінностей. Незважаючи на поширення англійської мови та технологічних нововведень, кожна мова залишається унікальним відображенням свого народу та його історії. У цьому процесі фразеологія відіграє неоціненну роль, надаючи можливість краще зрозуміти інші культури і налагодити ефективний діалог між ними.

Завдяки своїй здатності зберігати соціокультурну інформацію, ФО також мають велике значення в мовній освіті. Для вивчення іноземних мов важливо вивчати не лише граматику та лексику, але й культурні особливості, які часто виявляються через ФО. Це дозволяє студентам глибше зануритися в мовну реальність, зрозуміти контексти і відповідно використовувати мову у різноманітних ситуаціях (Ніколащенко, 2019).

Отже, фразеологія є невід'ємною частиною мовної науки, яка дозволяє зрозуміти не лише структуру і функціонування мови, але й її зв'язок із соціокультурним контекстом. Її дослідження дає можливість не лише глибше пізнати мову, але й зрозуміти, як народи сприймають світ, свою культуру та історію. Таким чином, фразеологія є важливим інструментом для збереження і розвитку мовної та культурної спадщини, яка залишається живою через слова і вирази, що передають глибокий сенс і значення для наступних поколінь.

1.2. Основні риси та класифікаційні властивості ФО

Класифікація ФО є важливою частиною сучасної лінгвістики, оскільки дає змогу систематизувати величезну кількість ФО і визначити їх функції в мовному процесі. Різні лінгвісти пропонують численні підходи до класифікації ФО, залежно від того, з яким аспектом мови вони пов'язані — граматичним, лексичним, семантичним або стилістичним. Визначення ФОу як мовної одиниці, яка характеризується стабільністю структури та значення, допомагає зрозуміти, як ці одиниці використовуються у мовленні, їх роль у передачі інформації та у формуванні мовного образу.

У межах класифікації ФО значну роль відіграє застосування формальних критеріїв. Чітка формалізація принципів, яка мінімізує вплив суб'єктивних оцінок, є важливою умовою розвитку фразеологічної теорії загалом. Класифікація ФО може бути як основною, так і допоміжною — це залежить від того, які властивості ФО беруться за основу та якою є мета поділу. Перш за все дослідники прагнуть визначити найбільш узагальнені ознаки, що відображають лише окремі аспекти явища

(наприклад, структурні, граматичні чи функціональні характеристики), і мають другорядне значення (Баран, 1999, с. 84).

Існує багато підходів до класифікації, більшість з яких передбачає виділення від двох до чотирьох типів одиниць. Деякі авторські поділи наскільки розгалужені, що їх практичне застосування ускладнюється. Зазвичай вони ґрунтуються на різних засадах, хоча інколи можна знайти класифікації, подібні за суттю або створені на основі модифікації попередніх. Далі подано найпоширеніші класифікаційні підходи:

1. Семантична класифікація. Першим системний опис ФО з погляду їх семантичної цілісності подав Ш. Баллі, виокремивши три групи: фразеологічні зрощення, фразеологічні єдності та фразеологічні сполучення (Баран, 1999, с. 84). Цю модель надалі опрацьовувало багато дослідників, пропонуючи власні варіанти поділу. Попри тривалі дискусії, чітких та універсальних принципів семантичної класифікації поки немає — науковці постійно виявляли обмеження та неточності і пропонували зміни.

2. Типологічна класифікація. Як різновид семантичного підходу розглядають типологію, що ґрунтується на понятті ідіоматичності з урахуванням ступеня стійкості виразу. Дослідники аналізують семантичні зміщення компонентів та виділяють дво- й трилексемні моделі залежно від кількості семем. Саме різновиди семем визначають структуру цієї типології (Баран, 1999, с. 89-90).

3. Структурно-семантична класифікація. Критика семантичного підходу спонукала науковців шукати точніші засоби класифікації, зокрема опертя на структурні особливості. Було запропоновано систематизацію, у якій ФО поділено з огляду на їхню функцію у спілкуванні:

- а) номінативні;
- б) номінативно-комунікативні;
- в) ФО без визначеної номінативної чи комунікативної функції;
- г) комунікативні (Баран, 1999, с. 93).

Перші — це словосполучення або частково предикативні конструкції, другі — дієслівні одиниці, що можуть перетворюватись на речення, треті — вигуківі формули, четверті — ФО, які за структурою є реченнями (Баран, 1999, с. 94).

4. Контекстологічна класифікація. ФО були поділені контекстологічним методом на ідіоми та фраземи. Ідіоми містять постійний контекст і реалізований семантичний елемент, фраземи мають фразеологічно пов'язане значення лише одного з компонентів. Проте модель зазнала критики, оскільки не охопила значної частини стійких сполук (Баран, 1999, с. 95).

5. Класифікація на основі граматичних, семантичних і структурних ознак. ФО поділяються на два типи: фраземи — побудовані за моделлю словосполучення, стійкі фрази — організовані за типом речення. Подібний поділ підтримала Л. Скрипник, розглядаючи цей підхід як найзручніший з позиції синхронії (Баран, 1999, с. 96-97).

6. Класифікація за парадигматичними, синтагматичними й дериваційними зв'язками. ФО поділяються на сім типів залежно від того, які зв'язки є визначальними:

1. Парадигматичні;
2. Синтагматичні;
3. Дериваційні;
4. Парадигматично-синтагматичні;
5. Парадигматично-дериваційні;
6. Синтагматично-дериваційні;
7. Парадигматичні, синтагматичні та дериваційні.

Парадигматичність означає належність компонентів до різних лексичних груп, синтагматичність — обов'язкове поєднання елементів, дериваційність — поява компонента з фразеологічно обмеженим значенням (Баран, 1999, с. 97-98).

7. Граматична класифікація. Складається з морфологічного поділу (за частинами мови) та синтаксичного (за функцією у реченні) (Баран, 1999, с. 98).

8. Генетична класифікація. Групує ФО за походженням: біблійні, запозичені або крилаті вислови, прислів'я та приказки тощо. Її недолік — не завжди можна визначити джерело появи певного виразу, однак вона дає можливість простежити історичний розвиток мови (Баран, 1999, с. 98).

9. Тематична класифікація. Передбачає розподіл за сферами значень: фізичні явища, психологічні стани, прояви поведінки, відчуттєва діяльність тощо (Баран, 1999, с. 98).

10. Функціонально-стильова класифікація. Визначає використання ФО у різних стилях: офіційно-діловому, публіцистичному, науковому чи художньому (Баран, 1999, с. 99).

11. Стилїстична класифікація. Застосовується в межах лінгвостилїстичних досліджень, деталїзує основні типологічні подїли й особливо важлива для перекладу художніх текстів (Баран, 1999, с. 98).

ФО є важливою частиною мовної системи, що визначає не лише граматичну, але й стилїстичну організацію мови, оскільки вони активно використовуються для вираження емоційних, оцінних та когнітивних аспектів мовлення. Під час їхнього аналізу виникає необхідність досліджувати їхню функціональну спрямованість у мовленнєвих актах, що дозволяє не лише класифікувати ФО, а й зрозуміти їх роль у комунікації (Лاپинїна, 2018). У зв'язку з цим, важливим є вивчення ролї ФО у різних стилях мовлення, таких як науковий, публіцистичний, художній та розмовний.

У контексті функціонування ФО варто зазначити їхню здатність до трансформації. Протягом часу багато ФО, які колись мали конкретне значення, можуть змінювати своє тлумачення в залежності від соціокультурного контексту. Це явище є одним із найбільш цікавих аспектів фразеології, оскільки воно демонструє динамізм мови та її здатність до адаптації (Гавриш, 2014).

Крім того, варто враховувати такі аспекти ФО, як їхня наявність або відсутність у певних мовних варіантах, що є значущим для розуміння взаємодії мовних і соціальних факторів. Зокрема, деякі ФО є характерними лише для певних діалектів або варіантів мови, а інші ж — це загальноновживані одиниці, що використовуються в різних мовних регістрах (Савченко, 2013). Вивчення таких регіональних або соціальних особливостей ФО дозволяє збагачувати наше розуміння не лише мовних, а й культурних аспектів комунікації. Наприклад, у південних діалектах Німеччини поширений вираз *jemandem auf den Keks gehen* (die Zeit, 15.05.2015) (дослівно: *йти*

комусь на печиво), що означає „дратувати когось“ (WPRaRwiASU), який менш вживаний у формальній мові.

Аналіз ФО неможливий без врахування їхньої історичної еволюції. Склад ФО змінюється під впливом часу, через взаємодію з іншими мовами, через розвиток нових культурних явищ або зміну соціальних норм. Наприклад, з появою нових технологій і змін у культурному середовищі з'являються нові ФО, що відповідають сучасним реаліям. Історичний аспект фразеології дозволяє простежити зміни в усвідомленні соціальних і культурних процесів, оскільки мова відображає реалії та цінності певної епохи.

Також важливим є аналіз ФО через їхнє культурне значення. ФО часто є носіями глибоких культурних значень, що можна розглядати як невід'ємну частину національної ідентичності (Денисенко, 2010). Зрозуміло, що ФО, що має в одній культурі певне значення, може мати зовсім іншу інтерпретацію в іншій культурі.

Ще одним важливим напрямком вивчення ФО є їхня роль у створенні художніх образів. У цьому контексті ФО стають не тільки засобом вираження думки, але й інструментом творчої реалізації, що допомагає передати глибокі психологічні та соціальні аспекти через конкретні мовні одиниці (Васильчук, 2013). Художнє використання ФО збагачує мову образами, метафорами та стилістичними прийомами, які сприяють кращому сприйняттю тексту.

Тому сучасна лінгвістика, що досліджує ФО, повинна враховувати їхню багатогранність, функціональні особливості та роль у різних аспектах мовної діяльності. Вивчення ФО не лише як лексичних одиниць, а й як елементів, що формують мовленнєві стратегії, допомагає краще зрозуміти, як мовці передають ідеї, емоції та культурні значення в процесі комунікації. Адже ФО — це не лише мовні одиниці, а й дзеркало національної свідомості, що відображає еволюцію думки, соціальні трансформації та культурні зміни в суспільстві (Баран, 1999 с. 75).

ФО мають важливу роль у мовній практиці, адже вони не лише виконують функцію вираження певних думок і почуттів, але й є важливими інструментами для відображення соціокультурних реалій. Вивчення ФО в контексті мовних змін дозволяє зрозуміти, як мовні одиниці трансформуються під впливом соціальних,

політичних та економічних факторів. Зокрема, важливими є процеси, які відбуваються в періоди соціальних змін, коли мова змушена адаптуватися до нових умов. ФО, що з'являються в різні історичні періоди, часто відображають реалії нового часу (Бондарчук, 2018).

Ще однією важливою характеристикою ФО є їхня здатність впливати на стилістику мовлення. Відомо, що ФО є частиною різних мовних стилів, але вони можуть змінювати свою функцію залежно від контексту. Аналіз ФО також передбачає вивчення їхніх структурних аспектів. Як правило, ФО є сталими поєднаннями слів, значення яких не виводиться із значення окремих компонентів. Проте можливі й трансформації, коли змінюються деякі елементи, але структура зберігається.

Вивчення ФО також включає дослідження їхньої функції у тексті. Вони можуть бути важливими засобами акцентуації чи конкретизації думки, а також виконувати роль образних або емоційно забарвлених виразів. У художньому тексті ФО набувають індивідуального стилістичного значення. Використання таких ФО дозволяє автору економно та виразно передати глибокі психологічні стани або соціальні конфлікти (Бєлих, 2015).

Історичний розвиток фразеології також підтверджує, що багато ФО беруть свій початок в народній творчості. Вони є частиною культурної спадщини, що зберігається і передається з покоління в покоління, і саме вони відображають особливості світосприйняття народу. Наприклад, у народних казках, прислів'ях та приказках можна знайти безліч ФО, що мають символічне значення і які формують моральні установки та життєві принципи. Вони допомагають передавати мудрість поколінь у стислій, але змістовній формі. Зі зміною соціально-культурних умов частина цих виразів втрачає свою актуальність або змінює значення, проте багато з них залишаються вживаними, підтверджуючи їхню стійкість у мовній практиці (Гавриш, 2014). Зокрема, в сучасній німецькій мові зберігаються ФО, які мають глибоке коріння в народній традиції. Це вказує на важливість метафоричних значень, притаманних багатьом ФОам у німецькомовній культурі (Васильєва, 2004).

Таким чином, ФО є важливою частиною мовної культури, що відображає не лише лексичні аспекти, але й соціокультурні та історичні процеси. Їхнє вивчення дозволяє розширити уявлення про мовні явища, а також краще зрозуміти функціонування мови у соціальному контексті, відображаючи реалії життя, змінюючи значення або форму залежно від ситуації спілкування. У контексті мовних змін ФО є маркерами соціальних, культурних і політичних трансформацій, адже вони відображають не лише зміни в лексиці, але й глибокі зрушення в колективній свідомості. З одного боку, вони зберігають традиційні мовні форми, з іншого – адаптуються до нових умов.

1.3. Способи перекладу ФО: основні підходи та стратегії

Словниковий склад кожної мови постійно зазнає значних змін, при цьому мовні одиниці здатні набувати нових значень. Основним завданням перекладу є точність та повнота передачі інформації. Тому, для адекватного відтворення одиниць з оригіналу на мову перекладу перекладач має володіти відповідними знаннями про реальність, незалежно від того, чи ці знання отримані з книг або інших джерел, чи набуті безпосередньо.

Переклад ФО є однією з найбільш складних і відповідальних частин перекладацької практики, оскільки ці мовні одиниці часто містять культурні, історичні та соціальні аспекти, що не завжди мають прямі відповідники в іншій мові. У зв'язку з цим, перекладачі застосовують різні стратегії та підходи для того, щоб передати не лише лексичне значення ФО, але й їхнє емоційне забарвлення, стилістичну функцію та контекстуальне значення. Одним із основних завдань при перекладі ФО є збереження їхньої виразності та впливу на слухача або читача, що часто вимагає від перекладача неабиякої креативності та вміння адаптувати іноземні мовні одиниці до особливостей культури перекладацької мови (Кияк, 2008, с. 166).

I. Корунець зазначає, що способи перекладу визначаються структурою, значенням та мовним рівнем одиниць у тексті. Оскільки переклад є лінгвістичною

діяльністю і ґрунтується на значенні мовних одиниць, перекладач орієнтується, то перекладач орієнтується на різні рівні мовних одиниць. Серед них виділяють:

- лексичний рівень — відтворення ідіом та значень слів;
- морфологічний рівень — передача морфологічних складових лексеми, що сприяє відтворенню значення слова;
- синтаксичний рівень — відтворення речень та словосполучень;
- надсинтаксичний рівень — передача цілих текстів або окремих абзаців;
- фонетичний рівень — передача звукових елементів мови, що є особливо важливим при перекладі термінів, власних та географічних назв і слів-реалій (2011, с. 179).

Методи відтворення мовних одиниць у перекладі реалізуються через підходи, що застосовуються перекладачем у межах традицій певних перекладацьких шкіл та сучасних тенденцій. Відомі три основні підходи: трансформаційний, денотативний і комунікативний.

I. Трансформаційний підхід передбачає використання перетворень та заміни для досягнення еквівалентності при перекладі ФО (Зарицький, 2004).

Запропоновано таку класифікацію основних трансформацій при перекладі:

1. Граматичні:

- дослівний переклад;
- розчленування або об'єднання речень;
- граматичні заміни, такі як заміна форми слова, члена речення або частини мови.

2. Лексичні:

- транслітерація і транскрибування;
- калькування та лексико-семантичні заміни, наприклад, модуляція, генералізація, конкретизація.

3. Лексико-граматичні:

- компенсація;
- описовий переклад;
- антонімія (Карабан, 2018).

Було виділено також такі типи трансформацій: цілісне перетворення, антонімічний спосіб перекладу, еквівалентність, адаптація, метафорична диференціація, конкретизація, генералізація і стилістична нейтралізація.

Цілісне перетворення — зміна внутрішньої форми мовного фрагмента при збереженні його відношення до реальності.

Антонімічний переклад здійснюється за схемою подвійного заперечення.

Еквівалентність — передача оригінального мовного предмету за допомогою інших структурних або стилістичних засобів.

Адаптація передбачає не лише до зміни опису конкретної мовної ситуації, але й до заміни самої мовної ситуації.

Метафорична диференціація — зміна образної основи виразу.

Конкретизація — заміна широкого поняття більш вузьким, конкретним.

Генералізація — заміна вузького або складного поняття на більш загальне.

Стилістична нейтралізація — еквівалентність на прагматичному рівні (Кісь, 2019).

Трансформаційний підхід охоплює три рівні: морфологічний, лексичний і синтаксичний. На морфологічному рівні морфеми вихідної мови трансформуються у відповідні морфеми цільової мови; на лексичному — слова і словосполучення; на синтаксичному — синтаксичні структури, включаючи зміну порядку слів і розділення речень (Селіванова, 2012).

Мовознавець С. Максимов пропонує детальніше класифікацію трансформаційних методів:

1. Лексичні трансформації: транскрипція, транслітерація, фонетичне та графічне відтворення, калькування, генералізація, диференціація, конкретизація, модуляція.

2. Граматичні трансформації: дослівний переклад, транспозиція, морфологічні та синтаксичні заміни, додавання і опущення.

3. Лексико-граматичні трансформації: антонімічний переклад, цілісна реорганізація текстового сегмента, компенсація (2016, с. 128-131).

Виділяють ще шість способів перекладу ФО: повний і частковий еквівалент, аналог, калька, описовий та комбінований переклад (Дембровська, 2006). Повний

еквівалент, передає образ і значення оригіналу у мові перекладу, частковий — з незначними лексичними або граматичними відмінностями, аналог — з іншою образністю, але схожим значенням.

Безеквівалентні ФО перекладаються описово або через калькування, що потребує глибокого знання обох мов і контексту. Контекст відіграє ключову роль у компенсації стилістичних та додаткових значень, особливо при перекладі культурно-специфічних або вигаданих явищ (Селіванова, 2012).

II. Денотативний підхід розглядає переклад як процес визначення об'єкта повідомлення і його адекватної передачі мовою перекладу. Переклад не зводиться до механічної заміни слів, а ґрунтується на послідовності мовленнєвих дій:

1. Перекладач сприймає текст вихідної мови.

2. Визначає, що саме позначає отримане повідомлення, тобто встановлює референт.

3. Відтворює дане повідомлення на цільову мову, беручи за основу визначений референт.

У процесі перекладу порівнюються одиниці двох мов, проте, на відмінну від трансформаційної моделі, їхня відповідність не є сталою чи передбачуваною. Вона щоразу визначається тим, як перекладач розуміє та інтерпретує референт (Kautz Ulrich, 2002).

III. Комунікативний підхід до перекладу, сформований О. Каде, ґрунтується на двох ключових поняттях: комунікація та тезаурус (Miram G., 2004). Під комунікацією розуміють процес передачі та сприймання інформації, оформленої у вигляді повідомлення. Інформація може мати різну природу, зокрема невербальну, однак у даному дослідженні об'єктом аналізу є саме вербальна комунікація, оскільки лише вона потребує мовного відтворення — письмого чи усного. Будь-яке повідомлення створюється на основі певного фонду знань, який називають тезаурусом. Розрізняють два його різновиди — мовний і предметний (Moon R., 2008).

Мовний тезаурус охоплює систему знань про мову та її структури, що дозволяє формувати мовний код повідомлення, тоді як предметний тезаурус становить сукупність уявлень про те, що саме висловлюється. У межах одномовної комунікації

процес відбувається так: спочатку мовець формулює зміст за допомогою предметного тезауруса, далі кодує думки мовними засобами, після чого адресат декодує отриманий текст за допомогою власного мовного тезауруса й осмислює його, спираючись на свій предметний тезаурус (Miram G., 2004).

Однак тезауруси співрозмовників часто не є ідентичними, через що нерідко виникають ситуації непорозуміння навіть у випадках, коли обидва учасники спілкування користуються однією мовою. Традиційно комунікація включає двох суб'єктів: відправника повідомлення та адресата, і кожен із них задіює два типи тезаурусів. У перекладі ж, який передбачає взаємодію двох мов, з'являється третій учасник — перекладач. Він володіє тезаурусами двох мов — мови оригіналу та мови перекладу — і виконує двоетапну операцію: спершу розшифровує повідомлення вихідної мови, а потім кодує його засобами іншої мови (Miram G., 2004).

Комунікаційні збої можуть траплятися через нестачу фонових знань, необхідних для інтерпретації інформації. У такому трактуванні переклад постає як інформаційне повідомлення, передане перекладачем конкретному отримувачеві, а рівень розуміння залежить від того, наскільки близьким є їхні тезауруси. Таким чином, комунікативний підхід описує не лише технічний бік перекладу, а передусім ситуацію спілкування, у якій він здійснюється. Переклад тут розглядається як специфічний різновид двомовної комунікації, а перекладач — як ключовий посередник, що забезпечує взаєморозуміння між учасниками мовного акту (Верховод, 2020).

Підсумовуючи, можна зазначити, що комунікативний підхід пов'язаний насамперед із комунікативними аспектами перекладацької діяльності, а не з самим процесом перетворення тексту. Він не заперечує інших концепцій — трансформаційної та денотативної, а лише доповнює їх, розширюючи теоретичне бачення перекладу як комунікативного явища.

Загалом, переклад ФО є складним, але й дуже важливим аспектом у трансформації тексту з однієї мови в іншу. Вміння обирати стратегії перекладу залежить від багатьох чинників, серед яких — тип тексту, функціональне навантаження ФОу, культурні та мовні особливості, а також прагматичні цілі перекладу. Правильний переклад ФО може забезпечити не тільки точне відображення

значення оригіналу, але й збереження його емоційного забарвлення та стилістичних рис, що дозволяє перекладеному тексту звучати природно і ефективно в іншій мовній культурі.

1.4. Лексичне вираження кулінарного компонента у структурі ФО

Кулінарний компонент у ФОах — це лексема, пов'язана з їжею, продуктами чи процесами приготування, яка бере участь у формуванні образної та культурно маркованої семантики фразеологічної одиниці (Lakoff & Johnson, 2003).

Лексичне вираження кулінарного компонента у ФОах є одним із важливих аспектів, який дозволяє аналізувати мовні звороти, пов'язані з їжею, готуванням їжі та гастрономічними практиками. Кулінарні елементи в складі ФО можуть виступати не лише як образні вирази, що мають зв'язок з конкретними фізіологічними актами, але й як елементи, що несуть у собі культурно-емоційний контекст, інтерпретацію різних соціальних норм і традицій. Вони можуть бути як описовими, так і метафоричними, створюючи різноманітні образи, що надають глибини мовним конструкціям (Мелех, 2014).

Лексичне вираження кулінарного компонента у структурі німецьких ФО є одним із найвиразніших способів вербалізації культурно значущих уявлень, сформованих навколо їжі, способів її приготування та соціальних практик харчування. У публіцистичному дискурсі ці ФО характеризуються підвищеною частотністю, оскільки журналістські тексти активно використовують образність, метафоричність та впізнавані культурні символи для створення експресивності, актуалізації оцінності та посилення риторичного впливу. Дослідження німецької публіцистики засвідчують, що гастрономічні ФО є ефективним засобом концептуалізації політичних, економічних та соціальних ситуацій через добре знайому читачеві кулінарну сферу (Матузкова & Діброва, 2019). Саме тому кулінарний компонент у їх складі слід розглядати не лише як тематичний елемент, а як ключовий носій конотативних, культурних та прагматичних смислів.

У межах публіцистичного дискурсу ФО з кулінарним компонентом найчастіше функціонують як інструмент оцінювання, маркування успішності чи провалу,

характеристики політичних рішень, економічних процесів або суспільних настроїв. Особливо продуктивними є лексеми *Suppe*, *Brot*, *Käse*, *Wurst*, *Brei*, *Salz*, *Wasser*, що перетворилися на сталий набір образних маркерів для опису широкого спектру ситуації. У німецькій публіцистиці образ *die Suppe auslöffeln müssen* регулярно використовується для характеристики політичних діячів, які вимушені „розгрібати“ наслідки власних рішень; наприклад, видання *Der Spiegel* застосовує цей ФО у матеріалах про внутрішньопартійні конфлікти, описуючи, як нова керівництво „... muss die Suppe auslöffeln, die andere eingebrokt haben“ (27.09.21). Лексему *Suppe* у таких випадках публіцистика трактує як символ проблемної ситуації, яка потребує тривалого та неприємного розв’язання — саме цей когнітивний сценарій забезпечує метафоричну продуктивність ФО (Scholze-Stubenrecht, 2020).

Широко вживаною у медіадискурсі є й лексема *Wurst*, яка набула виразного семантичного узагальнення, що відображає байдужість, неважливість або знецінення. У газетних матеріалах можна часто зустріти конструкції на зразок *das ist uns Wurst* (*Abendblatt*, 22.05.18), що використовується для позначення нейтральної або відстороненої позиції політиків у питаннях, які не є пріоритетними (WPRaRwiASU). Як зазначає Крикніцька, кулінарні ФО у німецьких медіа часто виконують етнопрагматичну функцію — вони сигналізують очікувану реакцію адресата, створюють „ефект спільного знання“ та підсилюють емоційний вплив тексту (2017). Саме *Wurst* завдяки своїй буденності та культурній впізнаваності легко переходить на рівень абстракції, дозволяючи журналістам швидко схопити й передати суть ситуації через просту, але експресивну формулу.

Важливе місце у німецьких гастрономічних ФО посідає лексема *Brot*, яка у культурній традиції символізує працю, стабільність і життєве забезпечення. У публіцистиці вирази типу *sein tägliches Brot verdienen* або *um das Brot kämpfen* використовуються для характеристики економічних викликів, ринку праці та соціальних проблем, що стосуються добробуту населення. Наприклад, газета *Die Zeit* матеріалах про кризу малого бізнесу описує ситуацію реченням „Viele Handwerker kämpfen ums tägliche Brot“ (10.05.24), тим самим переносячи економічні труднощі в образну площину базових життєвих потреб. Як зазначає Павкін, гастрономічні

лексеми в німецьких ФО часто виконують роль семантичних маркерів концептів виживання, достатку чи соціальної боротьби, а тому у медіатекстах вони є надзвичайно ефективними для створення впливових риторичних структур (2025).

Особливо показовими для публіцистики є кулінарні ФО, що передають складні соціально-політичні взаємодії через моделі приготування або змішування страв. У виразі *viel Wind um die Wurst* (der Spiegel, 18.06.19) кулінарний компонент підсилює іронічність оцінки, знижує її пафос і вводить елемент мовної гри. На це звертає увагу Матузкова, аналізуючи функціонування кулінарного коду культури у різних мовах: гастрономічні метафори забезпечують „зрозумілу кожному основу для інтерпретації складних явищ через прості побутові ситуації“ (2019).

Продуктивною групою у німецькій публіцистиці є також фразеологізми з лексемою Käse, що традиційно реалізує значення „дурниця“, „щось несерйозне“ (WPRaRwiASU), *Das ist doch Käse!* (SZ, 21.03.13). У газетних заголовках ця формула часто трапляється у структурі риторичних питань або експресивних оцінок, що дозволяє журналістам маркувати критичне ставлення до політичних заяв чи популістичних обіцянок. Когнітивна основа такої метафоризації пов'язана з властивостями продукту, що легко руйнується, плавиться або має нетривку форму, — саме ця асоціативність забезпечує високий рівень переносності значення у фразеологічних конструкціях (Крикніцька, 2017).

Суттєвим є також використання дієслівних кулінарних компонентів: *kochen*, *braten*, *backen*, *brauen*. У публіцистиці вони дозволяють створювати динамічні метафори: *vor Wut kochen* (FAZ, 06.10.24) часто використовується для характеристики суспільного обурення (WPRaRwiASU); *etwas zusammenbrauen* (die Zeit, 28.11.21) слугує для опису політичних інтриг або прихованих планів (WPRaRwiASU); *eine Idee ausbrüten* (SZ, 03.04.21) часто трапляється в описах політичних стратегій (WPRaRwiASU). У всіх цих випадках дієслово з кулінарної сфери задає модель трансформації інгредієнтів, що метафорично переноситься на процес формування політичних рішень або соціальних тенденцій. Саме тому дієслівний кулінарний компонент у публіцистиці є одним із найдинамічніших механізмів образотворення.

Лексичне вираження кулінарного компонента у структурі німецьких ФО, зафіксованих у публіцистичних текстах, демонструє високу стійкість метафоричних моделей, спрямованих на інтерпретацію соціальних реалій через знайому побутову сферу. Кулінарні ФО додають медійному дискурсу експресії, полегшують сприйняття складних тем, слугують потужними лінгвокультурними маркерами і водночас відображають глибинні елементи німецької національної картини світу.

Висновки до розділу 1

Фразеологія є важливим розділом мовознавства, що досліджує стійкі словосполучення з цілісним, семантично неподільним значенням, які відображають особливості національної культури, історії та мовної картини світу. Фразеологічні одиниці характеризуються стійкістю структури, ідіоматичністю та експресивністю, завдяки чому відіграють значну роль у комунікації, стилістиці та формуванні оцінних і емоційних смислів.

Класифікація фразеологічних одиниць ґрунтується на різних критеріях і включає семантичні, структурні, граматичні, функціонально-стильові, генетичні та тематичні підходи. Така багатовимірність класифікаційних моделей свідчить про складну природу фразеологізмів і дозволяє комплексно описати їхню будову, значення та функціонування в мовленні.

Переклад фразеологічних одиниць є одним із найскладніших аспектів перекладознавства, оскільки вимагає збереження не лише семантики, а й образності, стилістичного забарвлення та прагматичного впливу. Найефективнішими є трансформаційний, денотативний і комунікативний підходи, а також використання повних і часткових еквівалентів, аналогів, калькування, описового та комбінованого перекладу залежно від контексту й культурної специфіки.

Особливе місце у фразеологічній системі німецької мови посідають фразеологічні одиниці з кулінарним компонентом. Лексеми, пов'язані з їжею та процесами приготування, виконують важливу образотворчу та оцінну функцію, активно використовуються в публіцистичному дискурсі та слугують засобом

концептуалізації соціальних, політичних і економічних реалій. Кулінарний компонент у структурі фразеологізмів виступає носієм культурно маркованих смислів і є ефективним інструментом впливу на адресата, що підтверджує його значущість для лінгвістичних і перекладознавчих досліджень.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ СЕМАНТИЧНИХ, СТРУКТУРНИХ ТА ПРАГМАТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФО

2.1. Семантичні особливості ФО з кулінарним компонентом

Семантичні особливості ФО із кулінарним компонентом полягають у тому, що вони здатні передавати складні культурні, соціальні та психологічні стани через прості, але виразні метафори, що мають відношення до процесу приготування їжі або самих продуктів. Їхня семантика часто має багатошарове значення, оскільки один і той самий вираз може мати різні інтерпретації залежно від контексту (Лапиніна, 2018). Простіше кажучи, семантика ФОу — це те, що означає даний ФО і чому він має саме таке значення.

Однією з ключових характеристик ФО з кулінарним компонентом є їхня здатність до трансформації в залежності від мовних і культурних змін у суспільстві. Зокрема, вирази, що мають пряме відношення до продуктів харчування, можуть здобувати нові значення в умовах змін у харчових звичках чи розвитку технологій (Станіславська, 2009). Наприклад, вирази, які раніше стосувалися традиційних звичаїв можуть бути адаптовані до нових умов. Наприклад, вираз *den Löffel abgeben* (дослівно: *віддати ложку*), отримав своє розмовне значення „померти“ від того, що в давнину дерев'яна ложка як символ статусу після смерті господині передавалась її наступниці (WPRaRwiASU). Також з часом, даний ФО адаптувався до політичних процесів і означає, що людина більше не є частиною певної спільноти або втратила свій вплив, наприклад, у реченні „Der Deutsche Bundestag hat am 25. März 2020 den Löffel abgegeben“ (SZ, 14.11.2020) має значення „25.03.2020 Німецький Бундестаг фактично склав свої повноваження“ (DW, 18.11.2020).

ФО, пов'язані з кулінарними процесами, також часто застосовуються для метафоричного опису емоційного стану або соціальних взаємодій. Наприклад, *etwas ist gegessen* (дослівно: *щось з'їдено*) може означати не лише фактичний акт споживання їжі, а й позначати завершену, безповоротно втрачену ситуацію і вже

нічого не можливо змінити (DWDS), наприклад, „Das Thema ist gegessen“ (SZ, 30.06.25), перекладається як „тему закрито“ (переклад наш).

Ще однією цікавою особливістю є те, що кулінарні ФО часто відображають і соціальні стереотипи, пов'язані з процесами приготування їжі та страв. Так, вислів *was der Bauer nicht kennt, frisst er nicht* (дослівно: *що селянин не знаєб того він й не їсть*) репрезентує ширшу культурне уявлення про схильність людей орієнтуватись на звичне та вже апробоване, уникаючи незнайомого або потенційно „чужого“ (WPRaRwiASU). Як от, наприклад, у реченні „Was der Bauer nicht kennt, frisst er nicht“ — frei nach diesem alten Sprichwort scheinen viele Ausbildungssuchende sich lieber für einen populären Beruf zu entscheiden, anstatt zu prüfen, ob es für sie persönlich nicht doch etwas Passenderes gäbe“ (SZ, 03.12.17) даний вираз вказує на тенденцію віддавати перевагу знайомим, популярним і „безпечним“ варіантам, уникати незвіданого та не вдаватися до кричущого аналізу власних можливостей.

З огляду на ці особливості, можна сказати, що ФО з кулінарним компонентом займають важливе місце в мовній картині світу, адже вони не лише відображають реалії гастрономії, а й часто втілюють глибокі культурні значення. Через їх метафоричний характер ці ФО здатні передавати найрізноманітніші стани, переживання та емоції людей, а також служать важливим засобом соціокультурної ідентифікації. Окрім цього, вони є відображенням багатства та гнучкості мови, що здатна адаптуватися до змін у суспільстві та технологіях, зберігаючи при цьому свої корені в традиціях і культурі (Станіславська, 2009).

На основі значеннєвого аналізу можна виділити декілька семантичних категорій, за якими можна поділити підібрані для роботи ФО з кулінарним компонентом:

1. ФО, що позначають поведінку людини: *jemanden durch den Kakao ziehen* — насміхатись, іронізувати над кимось (WPRaRwiASU). У реченні „Beim „Pitch Circus“ ziehen Kreative die Branche durch den Kakao“ (FAZ, 09.04.24) цей вираз передає виразну соціальну поведінку — насмішка над індустрією.

2. ФО, що позначають зовнішність або фізичний стан: ФО *fett wie ein Fass* (дослівно: товстий як бочка), наприклад, у реченні „Weil einige Dorfbewohner versucht hätten, das Tier mit Futter zu fangen, sei der Raubvogel zudem „fett wie ein Fass““ (Bild,

06.04.25) прямо позначає зовнішній стан — надміну вгодованість хижого птаха. Таким чином, цей вираз використовується для опису певного об'єкта (в даному випадку птаха), що має надлишкову вагу (DWDS).

3. ФО, що позначають риси характеру: у статті про діяльність Frauen-Union у Баварії творча активність та енергійність новообраної голови організації описуються за допомогою ФОу *mit Pfeffer im Hintern*: „Eine, die Pfeffer im Hintern hat“, а також ще у реченні „Die Frauen-Union Ampfing hat mit Otti Gantenhammer eine neue Vorsitzende, eine „mit Pfeffer im Hintern““ (OVB, 03.03.25). У цьому контексті вислів реалізує значення жвавого, динамічного темпераменту, позначаючи людину, якій властива підвищена активність і внутрішня мобільність (WPRaRwiASU).

4. ФО, що позначають почуття та емоційний стан: у матеріалі про телеведучу Анне Вілл ужито ФО *lächeln wie ein Honigkuchenpferd*, зокрема у реченні „...und warum sie in ernsten Situationen manchmal lächelt wie ein Honigkuchenpferd“ (SZ, 30.10.16). У цьому контексті ідіома позначає вираз яскравої, щирої позитивної емоції — широкої усмішки, яка виникає навіть у серйозних або напружених ситуаціях. Вираз функціонує як засіб емоційної характеристики, підкреслюючи схильність людини реагувати на стрес чи напругу позитивною, розряджувальною усмішкою, що відображає особливість її емоційного стану (WPRaRwiASU).

5. ФО, що позначають соціальні взаємодії та відносини: у реченні „Derweil streuen andere Parteien Salz in die Wunden der Grünen — denn für die ist es ein Déjà-vu.“ (SZ, 21.12.25) ФО *Salz in die Wunden streuen* — сипати сіль на рану (Великий тлумачний словник української мови) — вживається для опису взаємодії між політичними силами. Він позначає навмисне загострення ситуації, коли одна сторона підкреслює помилки або слабкості іншої, створюючи додатковий психологічний тиск (DWDS). В даному реченні вираз вживається як характеристика конфліктної та конкурентної поведінки між партіями, де взаємодія набуває виразно недоброзичливого та провокативного характеру.

6. ФО, що позначають різноманітні життєві ситуації: у вислові „Wenn sich alle duzen, muss ich in den sauren Apfel beißen“ (FAZ, 05.02.23) ФО *in den sauren Apfel beißen (müssen)* ужито для позначення ситуації, коли людині доводиться робити щось

небажане, але неминуче. Тут він відображає типову життєву ситуацію вимушеного рішення, коли хтось приймає правила соціальної взаємодії, які йому не особливо подобаються. Ідіома підкреслює неприємність, але необхідність дії, що є характерним для широкого спектру повсякдених життєвих обставин (WPRaRwiASU).

Таким чином, ФО з кулінарними компонентами є потужними інструментами для вираження як простих, так і складних концептів, соціальних оцінок, культурних відносин та емоцій. Вони не тільки виконують роль переносних значень, а й дозволяють створювати багаті, багатозначні образи, що тісно переплітаються з реаліями кулінарного світу, соціальної структури та психології мовців.

2.2. Структурні особливості ФО з кулінарним компонентом

Структурні особливості ФО з кулінарним компонентом виявляються в тому, яким чином елементи кулінарної сфери — продукти, страви, предмети кухонного приладдя, процеси приготування — інтегруються у фразеологічну конструкцію та створюють образну основу стійкого вислову. Структура таких ФО є неоднорідною й варіюється залежно від кількості кулінарних елементів у складі, їх граматичного статусу та моделі їх взаємодії з іншими компонентами в межах ФОу. Саме ці структурні дані визначають специфіку образного переосмислення, тип метафоризації та семантичну природу кожного вислову (Андрієвська, 2012).

Однією з базових структурних моделей є ФО з одним кулінарним компонентом. У таких конструкціях лише один елемент є носієм кулінарної семантики, а всі інші слова не належать до цієї сфери. Структурно вони часто мають форму іменникового словосполучення або дієслівно-іменникової конструкції (Фадєєва, 2023). У таких висловах кулінарний компонент виступає семантичним центром, а вся метафора вибудовується навколо нього. Відповідно до вибраних прикладів для даної роботи було встановлено, що саме ця група є найчисленнішою. Близько 59% підібраних ФО містять в своєму складі саме один кулінарний компонент (Додаток А). Дані ФО можна поділити на три підгрупи:

1. ФО з 1 компонентом — продукт/страва: *platt sein wie ein Pfannkuchen* (SZ, 12.03.22) (компонент *Pfannkuchen*) — 1) бути здивованим, 2) для опису жінки з плоскими грудьми (асоціація з плоскою формою млинця) (WPRaRwiASU); *kein Zuckerschlecken* (FAZ, 02.10.17) (компонент *Zuckerschlecken*) — вказує на важкі, неприємні, напружені ситуації (WPRaRwiASU). Ця група є найчисельнішою й охоплює приблизно 41% від загальної кількості ФО.

2. ФО з 1 компонентом — процес приготування або споживання їжі: *jemanden weichkochen* (SZ, 25.10.23) — компонент *weichkochen* пов'язаний із процесом тривалого приготування їжі, під час якого твердий продукт стає м'яким, а метафорично передає дію поступового тиску на людину, щоб переконати її в чомусь або змусити щось зробити (WPRaRwiASU). ФО з такою будовою представлені помітно менше — приблизно 10% вибірки.

3. ФО з 1 компонентом — назва посуду або знаряддя для приготування їжі: *jeden Topf voll Gold* (16.11.18) — компонент *Topf*. Дана група виявляється досить малочисельною: лише близько 8% ФО належать до цієї структурної конструкції.

Інший тип — ФО з двома кулінарними компонентами і становлять вони 41% з усієї вибірки матеріалу роботи (Додаток А). У них поєднуються два образи кулінарного походження, що може створювати або підсилювати контраст, паралелізм або взаємодоповнення. Такі ФО структурно поділяються на кілька підгруп:

1. Конструкції продукт/страва + продукт/страва, де обидва компоненти належать до харчової сфери. У таких висловах структура демонструє образну взаємодію двох істивних предметів, що посилює метафоричний ефект. Поєднання часто базується на культурних уявленнях про сумісність або несумісність продуктів, а також на їх символічних властивостях. Наприклад, *mit dem Brot und dem Salz* (Volksstimme, 12.09.22) містить два компоненти *Brot* і *Salz*, які разом вважаються символом гостинності. Ця модель помірно представлена у вибірці й охоплює близько 15% зібраних прикладів.

2. Продукт/страва + посуд. У таких конструкціях важливим є структурне поєднання даних компонентів. Це дозволяє створювати метафоричні моделі, де взаємодія продукту й посудини символізує людську діяльність, стосунки, труднощі

чи наслідки вчинків. Наприклад, структурне ядро *Suppe + Löffel* є щільним семантичним комплексом, у якому образ „супу“ означає проблему або ситуацію, а „ложка“ — зусилля, необхідні для її вирішення, як от у ФОі *die Suppe auslöffeln* (FAZ, 15.03.19). Даний різновид представлений обмежено — орієнтовно 7% прикладів — і характеризується відносною рідкістю.

3. Продукт/страва + процес приготування. У цих конструкціях структурна модель об'єднує кулінарну дію з харчовим об'єктом. Завдяки цьому виникають ФО, у яких динамічність процесу приготування переноситься на людські емоції, почуття та дії. Структурно такі ФО є особливо продуктивними, оскільки мають іменниково-дієслівний формат, який легко піддається метафоризації. Наприклад, *sich die Rosinen herauspicken* (SZ, 20.12.22) — *Rosinen* (продукт) + *herauspicken* (дія відбору під час їжі). Структура цього типу трапляється відносно часто — приблизно 13%, що дозволяє зарахувати її до доволі поширених.

4. Процес приготування їжі + посуд. У таких конструкціях посуд виконує роль метафоричного простору дії, а процес приготування — моделі зміни стану або взаємодії, що переноситься на людську поведінку чи життєві ситуації. Ця модель базується на уявленні про кухню як динамічний простір, де відбувається трансформація продуктів. Тому ФО такого виду структурують ситуацію як певний етап „життєвого приготування“: загострення, тиск, завершення чи необхідність „розгрібати“ наслідки. Прикладом може слугувати ФО *durch die Mangel drehen* (SZ, 29.10.17), у якому *drehen* — процес, а *Mangel* — знаряддя обробки їжі. Це одна з найменш поширених груп: вона нараховує лише близько 6% від загальної кількості одиниць.

2.3. Прагматичні аспекти використання ФО з кулінарним компонентом

Прагматичні аспекти використання ФО з кулінарним компонентом в німецьких текстах являють собою важливу частину мовного спілкування, оскільки ці ФО здебільшого відображають культурні, соціальні й емоційні контексти, що характерні для мови певної нації. Важливо зазначити, що прагматичні функції ФО, включаючи

ті, що містять кулінарні елементи, пов'язані з комунікативними цілями, в яких мовці можуть використовувати ці вирази для досягнення певних ефектів у процесі спілкування. З огляду на те, що кулінарна сфера є універсальною та зрозумілою для кожного носія мови, ФО такого типу мають високий комунікативний потенціал. Вони дозволяють забезпечувати гнучкість висловлювання, передавати не лише буквальний зміст, а й емоційне забарвлення, ставлення мовця до ситуації та інтенцію вислову (Гуляєва, 2015).

Один із основних прагматичних аспектів полягає в тому, що кулінарні ФО часто вживаються для передачі експресивних значень, впливу на читача або слухача, формуючи відповідний настрій та спрямовуючи інтерпретацію змісту (Burger, 2007). Оскільки кулінарні образи пов'язані з повсякденним життям і базовими емоційними реакціями, вони легко зчитуються й швидко викликають певні асоціації. Наприклад, у реченні „Die Politik muss den Menschen endlich reinen Wein einschenken und ihnen ehrlich sagen, dass die gesetzliche Rente ... nicht auskömmlich ist.“ (die Zeit, 05.12.18) ФО *reinen Wein einschenken* використано для підсилення вимоги до прямоти: він передає ідею сказати правду без приховування та пом'якшення (WPRaRwiASU). У цьому контексті речення створює різкий, наполегливий тон, оскільки автор підкреслює, що настав час чесно й відкрито повідомити людям неприємні факти. Експресивність виникає завдяки образу „чистого вина“, який метафорично означає максимальну відверість (українською — „чиста правда“), роблячи висловлювання емоційно насиченим і категоричним.

Важливою прагматичною характеристикою є також вираження оцінки або ставлення до ситуації. ФО кулінарної тематики часто мають усталену оцінну семантику — позитивну чи негативну, але й іноді вони можуть вказувати на нейтральну оцінку ситуації. Нерідко кулінарні образи стають засобом пом'якшення критики — замість прямого негативного висловлення мовець обирає ФО із непрямим, але прозорим емоційним підтекстом (Марковська, 2013). Таким прикладом може слугувати ФО *das ist nicht mein Bier*, тому що у реченні „Ob sich diese Strategie für die Liberalen auszahlt, das ist nicht mein Bier“ (die Zeit, 04.12.22) вислів показує, що мовець не хоче мати справи з ситуацією і відмежовується від неї. ФО простим образом

передає ставлення: „це мене не стосується, це не моя проблема“ (WPRaRwiASU). Тобто він чітко виражає позицію дистанціювання, замінюючи пряме пояснення короткою, але емоційно забарвленою формулою. Такі вирази дозволяють авторові не просто описувати ситуацію, а й передавати власне ставлення, акцентувати на позитивних або негативних аспектах подій, формувати емоційну атмосферу тексту. Оцінний компонент часто має також соціальну або моральну спрямованість — ФО можуть засуджувати поведінку, підкреслювати її недоречність або, навпаки, схвалювати чийсь вчинки та певні дії. Наприклад, у реченні „Grüne verabschieden Trittin: mit allen Wassern gewaschen“ (SZ, 13.05.24) ФО *mit allen Wassern gewaschen sein* використовується для позитивної характеристики людини: підкреслює, що діяч досвідчений, компетентний і вміє діяти у складних ситуація (WPRaRwiASU). У контексті це звучить як форма публічного схвалення та визнання заслуг.

Продовжуючи аналіз прагматичних аспектів, варто зазначити, що кулінарні ФО можуть виступати також як засоби іронії або сарказму. Завдяки своїй образності кулінарні ФО дуже легко набувають іронічного звучання, особливо в контекстах, де буквальный зміст різко контрастує з обговорюваною ситуацією. Яскравим прикладом цього є речення „Wir müssen ganz friedlich und überlegt vorgehen, uns gegebenenfalls anpassen und dem Gegner Honig ums Maul schmieren, aber wenn wir endlich soweit sind, dann stellen wir sie alle an die Wand.“ (SZ, 01.09.17). У цьому контексті ФО *Honig ums Maul schmieren* позначає навмисну нещирість та підлесливість, що має суто тактичний характер (WPRaRwiASU). Іронія виникає через різкий контраст між „солодкою“ поведінкою та агресивною кінцевою метою, відкрито заявленою в другій частині речення („... dann stellen wir sie alle an die Wand“).

Ще одним вагомим аспектом є використання кулінарних ФО для підкреслення контексту складності або хитромудрості ситуації. ФО *eine Extrawurst verlangen (bekommen)* поданий у реченні „Kretschmann sagte, zwar könne in der Pandemie nicht jede Interessensgruppe eine Extrawurst verlangen.“ (NTV, 27.01.21) використовується для позначення намагання окремих груп отримати особливі умови або винятки (WPRaRwiASU). Цей вислів передає критику поведінки учасників, які прагнуть індивідуальних переваг у ситуації, де потрібне єдине й узгоджене рішення. ФО

підкреслює, що вимоги окремих груп ускладнюють процес ухвалення рішень, оскільки кожен виняток порушує цілісність політичного регулювання. Таким чином, він акцентує складність і багаторівневість ситуації, у якій численні приватні інтереси заважають сформулювати загальноприйнятну стратегію, роблячи політичний процес більш проблематичним.

Важливою для прагматики є також функція зацікавлення читача, тобто здатність ФО робити текст більш живим, експресивним, стилістично виразним. Кулінарні образи створюють ефект „наближення“ тексту до адресата, оскільки апелюють до знайомих відчуттів: смаку, запаху, тепла, процесу приготування їжі. Саме завдяки цьому автор може оживити опис, підкреслити ключові моменти, або, навпаки, внести до тексту елементи грайливості чи повсякденності. У публіцистичних текстах кулінарні ФО часто використовуються для створення яскравого „зачину“, метафоричної характеристики проблеми чи персонажа, що сприяє кращому запам'ятовуванню матеріалу. ФО *ins Fettnäpfchen treten*, вжитий безпосередньо у назві статті „Von einem Fettnäpfchen ins nächste“ (SZ, 19.05.10) виконує виразну функцію зацікавлення читача. Уже на рівні заголовку цей вислів створює інтригу, оскільки він асоціюється з комічною, незручною або соціально неоднозначною ситуацією. Коли читач бачить у заголовку фразу, що буквально означає „вляпатися“ або „ляпнути щось недоречно“ (WPRaRwiASU), він автоматично очікує опису певного конфлікту, помилки чи незграбності, а це підсилює бажання дізнатися, хто саме „вступив у калюжу“ і за яких обставин. Важливо, що ФО стоїть саме у назві статті, адже в цій позиції він працює як стилістичний гачок. Навідмінну від нейтральної назви, вживання ідіоми створює емоційно забарвлений тон і одразу задає наратив очікування. Читач розуміє, що далі йтиметься про щось соціально пікантне або незручне, і тому має більше мотивації відкрити матеріал.

Важливим аспектом є також використання кулінарних ФО для вираження емоційної підтримки чи солідарності. У контексті статті, де повідомляється про відкриття нової спеціальної виставки в краєзнавчому музеї та дегустацію місцевого пива: „„Hopfen und Malz, Gott erhalt's!“: Eine neue Sonderausstellung im Heimatmuseum widmet sich der Geschichte der Grafinger Brauereien. An diesem Sonntag ist Eröffnung mit

Verkostung“ (SZ, 20.05.16) ФО *Hopfen und Malz, Gott erhalt's!* виконує функцію емоційної підтримки. Він створює відчуття спільності між читачем і локальною культурою: підкреслює цінність регіональної пивоварної традиції та задає позитивний, теплий тон повідомленню. Таким чином, вислів не просто вводить тему, а й вербально підтримує місцеву ідентичність, демонструючи доброзичливе ставлення до події й культурної спадщини громади.

Така специфіка використання ФО з кулінарним компонентом у різних соціальних контекстах показує їхню універсальність як інструментів вираження якості, емоційного забарвлення, соціальних ролей, так і прагматичної мети – досягнення бажаного комунікаційного ефекту в межах конкретної ситуації. Вони служать як місточки для вираження комунікаційних стратегій, від соціальних стандартів до індивідуальних комунікативних намірів.

Таким чином, прагматичний аналіз ФО з кулінарним компонентом в німецькій мові дозволяє чітко визначити їх роль у комунікації, особливо в контекстах, де важлива емоційна інтенція або соціальна оцінка. Використання таких фраз не лише демонструє мовні особливості та культурні традиції, але й служить інструментом для досягнення певних соціальних та емоційних ефектів у процесі мовної взаємодії.

2.4. Специфіка ФО у публіцистичних текстах: функції та стилістичне навантаження

ФО в публіцистичних текстах становлять особливо цінний стилістичний ресурс, оскільки вони поєднують в собі стійкість мовної форми, компактність вираження та виразну експресивність, що забезпечує підсилення комунікативного впливу на читача. Як підкреслюють дослідники української фразеології, стійкі словосполучення функціонують як цілісні мовні одиниці, які відтворюються у готовому вигляді та несуть у собі емоційно-образне й культурно детерміноване значення (Ужченко & Ужченко, 2007). Саме ця семантична цілісність і водночас роблять ФО особливо доречними у публіцистичному дискурсі, що тяжіє до поєднання інформаційності та впливовості.

Стилістичне навантаження ФО у публіцистиці виявляється передусім у їхній здатності структурувати матеріал і задавати інтонаційно-емоційний тон авторського мовлення. Вони допомагають вибудувати необхідну рамку інтерпретації подій, подати інформацію не лише раціонально, а й образно, увиразнюючи оцінки й підкреслюючи авторську позицію. Завдяки ідіоматичності такі одиниці здатні передавати цілий комплекс смислів у компактній формі, що є особливо важливим до газетних та онлайн-матеріалів, де актуальність і швидкість сприйняття відіграють ключові роль. До того ж, ФО часто виконують роль інтертекстуальних маркерів, оскільки апелюють до літературних, фольклорних, культурно значущих джерел, чим підсилюють інтелектуальний і емоційний вплив на читача.

Публіцистичний стиль як функціональний різновид літературної мови орієнтований на масову аудиторію, а тому має на меті не тільки передати інформацію, а й сформулювати ставлення до подій, явищ або осіб. З огляду на це ФО стають одним з найбільших дієвих інструментів актуалізації авторської позиції та емоційної оцінки. Застосовуючи стійкі словосполучення, журналіст може ввести у текст образну характеристику ситуації, не вдаючись до розлогих пояснень, оскільки ФО активує у свідомості читача комплекс культурно закріплених асоціації (Городенська, 2012). Таким чином, завдяки фразеологічним одиницям текст набуває більшої виразності та впливовості, оскільки адресат сприймає не тільки зміст повідомлення, а й певний емоційно-оцінний „код“. Наприклад, вжитий у реченні „*Die Gestaltung des Marktes dürfte ein echter Leckerbissen für ALDI Fans sein.*“ ФО *ein echter Leckerbissen sein* описує особливо привабливу пропозицію. Даний вираз створює позитивний, емоційно насичений фон, посилюючи вплив на читача (WPRaRwiASU).

Стилістичне навантаження ФО у публіцистиці значною мірою пов'язане з їхньою здатністю створювати інтонаційний малюнок тексту, підкреслювати авторські акценти та забезпечувати динамізацію викладу. Дослідники стилістики зазначають, що ФО надають журналістським текстам додаткової емоційної напруги, сприяють формуванню образної картини подій та забезпечують ефект „впізнаваності“ мовлення (Мацько & Сидоренко, 2003). Через свою ідіоматичну природу такі одиниці здатні передавати складні соціальні чи політичні явища у компактній, когнітивно зручній

формі, що значно полегшує сприйняття тексту широкою аудиторією (Венжинович, 2018). Показовим є вживання виразу *da ist Hopfen und Malz verloren* у реченні „Klangtechnisch ist da Hopfen und Malz verloren, werden viele Vinyl-Fans sagen.“ (SZ, 06.05.25), де журналіст з його допомогою підсилює відчуття безнадійності ситуації, задаючи емоційний тон усього тексту. Завдяки цьому ФО не лише підсилюють інформативний потенціал медіатексту, а й виконують функцію своєрідних інтерпретаційних рамок.

Функціонально ФО в публіцистичному стилі найчастіше реалізують експресивну, номінативну, прагматичну та інтерпретаційну функції. Експресивна функція проявляється в тому, що вони допомагають передавати авторське ставлення до описуваних подій, посилюють емоційний компонент тексту та створюють відповідний настрій читача. Наприклад, вислів *nicht alle Tassen im Schrank haben*, вжитий у реченні „Hoeneß über Musk: „Der hat nicht alle Tassen im Schrank““ (SZ, 13.03.25) не лише передає різку оцінку персонажа (WPRaRwiASU), а й створює ефект розмовної гостроти.

Номінативна функція забезпечує стислість та семантичну насиченість викладу, оскільки ФО часто виступає як метафорична модель складного явища, дозволяючи уникнути надмірних пояснень. Наприклад, вислів *in die Zwiebeln geraten* у реченні „Mit der Aussage ist er ordentlich in die Zwiebeln geraten.“ (der Standart, 15.08.17) виступає способом пояснення складної політичної ситуації через образ потрапляння в неприємності (WPRaRwiASU), що робить цей вираз легшим для розуміння читача.

Прагматична функція полягає у впливі на свідомість реципієнта, зокрема у формуванні його оцінок і ставлень, що є стратегічно важливим для публіцистики, орієнтованої на формування громадської думки (Кочан, 2008). Наприклад, *jemandem die Butter vom Brot nehmen* вжито у політичній статті для підкреслення боротьби за перевагу, переданої через зрозумілу побутово-кулінарну метафору: „Die SPD will sich nicht die Butter vom Brot nehmen lassen.“ (SZ, 20.10.21).

Інтерпретаційна функція виявляється у здатності ФО структурувати інформацію та задавати читачеві певний спосіб осмислення подій (Шевченко, 2013). Вона яскраво проявляється у реченні „Nicht alle Eier in einen Korb - Geld richtig anlegen.“ (SZ,

04.02.2015) за допомогою ФОу (*nicht) alle Eier in den Korb legen*. Метафора розкриває складну фінансову ситуацію простою, побутово зрозумілою формулою.

Однією з важливих рис ФО у сучасній публіцистиці є їхня варіативність. Журналісти все частіше вдаються до трансформації стійких виразів, змінюючи їхні структурні або семантичні компоненти, зберігаючи при цьому основу, яка забезпечує впізнаваність (Венжинович, 2018). Трансформації можуть набувати форми гри слів, контамінації, заміни окремих компонентів або модернізації класичних виразів відповідно до актуального соціального контексту. Такі модифікації підвищують експресивність матеріалу, створюють ефект новизни та дозволяють журналістові продемонструвати власний стиль, не руйнуючи при цьому ідіоматичної сутності ФОу. Крім того, трансформовані ФО часто виступають маркерами інтертекстуальності, що є характерною ознакою сучасного медіадискусу (Шевченко, 2013).

Таким чином, специфіка ФО у публіцистичних текстах зумовлена їхньою здатністю органічно поєднувати інформаційну та експресивно-оцінну вкладові журналістського дискурсу. Вони забезпечують текстові багатшаровість, емоційність, динаміку та інтерпретаційну гнучкість, відночас будучи одним із найефективніших інструментів впливу на читацьку свідомість. Усе це визначає ключові роль фразеології як стилістичного ресурсу сучасної німецької та української публіцистики.

Висновки до розділу 2

У підсумку встановлено, що фразеологічні одиниці з кулінарним компонентом характеризуються високою семантичною ємністю та здатністю передавати складні культурні, соціальні й психологічні смисли через зрозумілі повсякденні образи їжі, продуктів і приготування. Їхня семантика є багатшаровою та контекстозалежною: один і той самий ФО може змінювати інтерпретацію залежно від ситуації мовлення, а також демонструє здатність до історичної й соціокультурної трансформації (зокрема через розширення значення з побутового на політичний або суспільний

дискурс). За значеннєвими параметрами відібрані одиниці групуються у типові категорії, що охоплюють опис поведінки, фізичного стану, рис характеру, емоцій, соціальних взаємодій та життєвих ситуацій, що підтверджує універсальність кулінарного коду як джерела метафоризації.

Структурний аналіз показав неоднорідність моделей і водночас їхню продуктивність. Кількісні дані засвідчують перевагу конструкцій з одним кулінарним компонентом: вони становлять 59% вибірки. У межах цієї групи домінують ФО типу „продукт/страва“ — 41% від загальної кількості, тоді як ФО з компонентом „процес приготування/споживання“ охоплюють 10%, а ФО з компонентом „посуд/знаряддя“ — 8%. Конструкції з двома кулінарними компонентами становлять 41% матеріалу, що свідчить про активне поєднання двох кулінарних образів для посилення метафоричності. У цій групі виявлено такі підтипи: „продукт/страва + продукт/страва“ — 15%, „продукт/страва + процес“ — 13%, „продукт/страва + посуд“ — 7%, „процес + посуд/знаряддя“ — 6%. Отже, найчастотнішими є моделі, де кулінарний компонент виступає семантичним центром (односкладові конструкції), а також динамічні структури типу „продукт + процес“, які особливо легко метафоризуються й адаптуються до опису людських дій та ситуацій.

Прагматичний вимір функціонування ФО з кулінарним компонентом визначається їхнім високим комунікативним потенціалом і здатністю досягати конкретного ефекту в адресата. Такі одиниці регулярно виконують експресивну функцію (підсилюють напруження, категоричність, емоційність), оцінну (виражають схвалення/осуд, дистанціювання, недовіру), а також іронічно-саркастичну. Окремо простежується їхня роль як інструменту впливу: через культурно впізнавані гастрономічні образи журналіст або мовець формує потрібну рамку інтерпретації подій, задає тональність і спрямовує сприйняття інформації. Важливою є й функція залучення уваги: ФО у заголовках та ключових позиціях тексту працюють як стилістичний „гачок“, роблячи повідомлення більш живим, близьким до читача і таким, що легко запам'ятовується.

Специфіка фразеологічних одиниць у публіцистичних текстах полягає в поєднанні інформативності та впливовості: вони забезпечують компактність викладу, образність, емоційно-оцінний фон і інтерпретаційну гнучкість. У медіадискурсі ФО реалізують номінативну (стисле позначення складних явищ), експресивну, прагматичну та інтерпретаційну функції, а також часто виступають інтертекстуальними маркерами, апелюючи до спільного культурного досвіду аудиторії. Характерною рисою сучасної публіцистики є варіативність і трансформація ФО: модифікації компонентів, гра слів і контекстуальна актуалізація підвищують експресивність і створюють ефект новизни, зберігаючи впізнаваність ідіоми. Таким чином, ФО з кулінарним компонентом у публіцистичних текстах функціонують як ефективний лінгвостилістичний ресурс, що одночасно відображає культурні смисли та слугує інструментом впливу на читача через доступні й сильні гастрономічні метафори.

РОЗДІЛ 3.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ПЕРЕКЛАДУ ФО З КУЛІНАРНИМ КОМПОНЕНТОМ

3.1. Методи перекладу ФО у публіцистичних текстах

Переклад ФО у публіцистичних текстах є важливим аспектом роботи перекладача, оскільки ці мовні одиниці містять багатообразні культурні та стилістичні нюанси. Особливо важливим цей процес є при перекладі з німецької мови, оскільки ФО можуть мати не лише лексичні, а й культурні відмінності. Публіцистичні тексти, як правило, є багатими на вирази з ФОами, які можуть бути використані для підсилення емоційного впливу та уточнення сенсу (Дембровська, 2006). Оскільки ФО можуть бути значно відмінні в мовах, перекладач стикається з труднощами при пошуку еквівалентів, які зберігають стиль, емоційну інтонацію та точність переданого змісту.

Практичні аспекти перекладу ФО з кулінарним компонентом у публіцистичних текстах мають особливе значення, оскільки саме такі вирази часто несуть у собі не лише семантичне навантаження, але й культурний контекст, що робить їх переклад складним завданням. У публіцистичних текстах, де точність передачі інформації поєднується з емоційністю та образністю, перекладачі повинні враховувати як лексичні, так і культурні особливості обох мов. ФО з кулінарним компонентом часто використовуються для створення живого, колоритного стилю, тому їхній переклад має зберігати оригінальний емоційний відтінок і функціональне навантаження.

Методи перекладу ФО у публіцистичних текстах значною мірою залежать від їх семантичної структури, ступеня ідіоматичності, культурної маркованості та функції, яку конкретна ФО виконує в журналістському матеріалі. Публіцистика характеризується поєднанням інформативності та експресивності, тому перекладачеві необхідно зберігати не лише зміст ФОу, а й його стилістичний ефект, тональність, прагматичний вплив. У перекладацькій практиці найпоширенішими є

такі способи: переклад повним фразеологічним відповідником, частковий відповідник, описовий переклад та калькування або дослівний переклад (Кияк, 2008).

Першим і найбільш очевидним методом перекладу є пошук повного еквівалента. У цьому випадку ФО в оригінальній мові замінюється фразеологічною одиницею, коли в мові перекладу існує стійкий зворот із тим самим значенням і подібним образним компонентом (Костенко, 2018). Яскравим прикладом є ФО *den Braten riechen*, який у реченні „Die Seniorin hatte aber offensichtlich den Braten gerochen“ (SZ, 18.11.25) перекладається на українську мову як „... явно запахло смаленим“ (DW, 20.11.25). Даний вираз вживається, коли відбувається щось підозріле, недобре (WPRaRwiASU). В поданому прикладі та перекладі цього речення чітко видно, що був застосований перекладу за допомогою повного еквівалента, де кулінарним образ передано точно.

Проте, інколи прямий переклад ФОу є неможливим, оскільки культури різних народів мають різні уявлення про предмети, символи або ситуації. У публіцистичних текстах часто виникає потреба не лише передати значення, а й зберегти стиль і ритм висловлювання, що накладає додаткові вимоги до перекладача. Це є прикладом адаптації ФОу, де зберігається основний сенс, але культурна відмінність між символами дає можливість передати ідею без втрати її значення. У такому разі застосовується переклад частковим відповідником, який дозволяє зберегти ключовий зміст, хоча образність може бути частково втрачена або замінена (Костенко, 2018). Наприклад, вислів *sein eingenes Süppchen kochen* не має українського образного аналогу з „супом“, проте його зміст „діяти у власних інтересах; не узгоджувати дії з іншими людьми“ (WPRaRwiASU) передається висловами „тягнути ковдру на себе“ або „вести власну гру“ (Великий тлумачний словник української мови). Для перекладу речення у статті про біатлоністів „Die Gefahr ist groß, wenn man zu oft sein eingenes Süppchen kocht.“ (SZ, 23.22.23) ідеально підходить другий варіант: „Є велика небезпека, коли кожен занадто часто веде свою гру“ (DW, 24.22.23).

Коли ж відтворити образ або знайти фразеологічний аналог неможливо, застосовується описовий переклад. Цей спосіб дозволяє точно передати зміст, проте без використання фразеологічної одиниці, а простими словами, що важливо для

аналітичних та інформаційних жанрів публіцистики (Агапова, 2021). Наприклад, речення „Die zwei Tage Unterrichtsausfall machen nach all den Fehltagen des letzten Jahres den Braten auch nicht mehr fett.“ (Wuppertaler Rundschau, 14.06.21) українською мовою звучить як „Ці два дні пропущених занять після всіх минулорічних прогулів суттєво вже нічого не змінять“ (DW, 16.06.21). Тут забуло застосовано описовий переклад, оскільки ФО *den Braten fett machen* має значення „це не критично; це незначно; це не поліпшить/погіршить ситуації“. Українською можна було б застосовувати відповідник „не робити погоди“ (Великий тлумачний словник української мови), але, порівнюючи два речення, видно, що даний ФО переклали саме описовим методом.

Іншим практичним методом є використання калькування, який застосовується обережно, оскільки не всі ФО можна переносити буквально без втрати природності. При даному способі перекладу структура або образ ФОу відтворюється максимально близько до оригіналу. Проте цей метод не завжди доречний у публіцистиці, де на перший план виходить зрозумілість і природність мови. Калькування можна застосовувати у тих випадках, коли ФО має прозору внутрішню форму, а його образ є зрозумілим або вже усталеним у культурі мови перекладу (Агапова, 2021). Саме такою є німецька ідіома „das Ei des Kolumbus“, що позначає геніально просте рішення складної проблеми (WPRaRwiASU). В українській мові існує прямий калькований відповідник — „Колумбове яйце“ (Великий тлумачний словник української мови), який зберігає і образ, і культурну алюзію. Приклад з контексту: „Für das Verkehrsproblem sei das neue Konzept das Ei des Kolumbus.“ (SZ, 15.01.19) — українською „Для транспортної проблеми ця нова концепція — справжнє Колумбове яйце“ (DW, 17.01.19).

Важливу роль відіграє також ступінь близькості культур, з яких беруться ФО. У випадку німецько-українського перекладу існує багато спільних кулінарних понять, що полегшує пошук відповідників. Проте навіть у цьому випадку можливі труднощі, пов'язані з різною символікою продуктів або відмінностями в традиціях приготування їжі (Агапова, 2021).

Ці приклади добре ілюструють важливість культурної адаптації та творчого підходу при перекладі ФО, що виникають у публіцистичних текстах. Перекладач має не тільки передати значення виразу, але й зберегти емоційну тональність та контекстуальні аспекти, що робить його таким виразним у цільовій мові. Вибір стратегії перекладу залежить від багатьох факторів, серед яких значення виразу в конкретному контексті, аудиторія, стилістичні особливості тексту, а також збереження точності та натуральності мови.

Останнім часом, завдяки розвитку сучасних методів комп'ютерної лінгвістики та корпусних досліджень, перекладачі мають можливість використовувати програмні засоби для пошуку найбільш відповідних фразеологічних еквівалентів у мові перекладу, що значно полегшує процес (Кісь, 2019). Однак навіть у таких випадках важливо пам'ятати про культурні та соціальні відмінності між мовами, оскільки автоматичні інструменти іноді не здатні врахувати контекст і нюанси значення, які можуть бути важливими для правильної інтерпретації тексту.

Таким чином, переклад ФО з німецької мови в публіцистичних текстах вимагає від перекладача не тільки лінгвістичних знань, але й розуміння культурних контекстів, в яких ці вирази вживаються. Залежно від ситуації, можна вибирати один з різних методів — еквівалентний переклад, описовий підхід, транскрипцію або адаптацію, що дозволяє зберегти точність і емоційну силу оригіналу, одночасно роблячи текст зрозумілим і доречним для цільової аудиторії.

Узагальнення наведених прикладів дозволяє простежити співвідношення застосованих перекладацьких стратегій у публіцистичних текстах (Додаток Б). Найчастіше використовуються метод перекладу за допомогою неповного фразеологічного еквівалента, який становить приблизно 45% усіх випадків, оскільки саме він забезпечує природність і стилістичну відповідність у мові перекладу за умов часткової або повної розбіжності образної основи ФО. Другим за поширеністю можна вважати повний еквівалент (близько 25%), який застосовується тоді, коли в українській мові існує усталений відповідник із подібною семантичною та емоційною структурою. Але, через те, що культурні та кулінарні образи німецької та української мов значно відрізняються, цей метод є не настільки поширеним під час перекладу.

Описовий переклад охоплює приблизно 20% прикладів і використовується у тих випадках, коли буквальне перенесення образу було б неадекватним або незрозумілим для українського читача, а інший еквівалент, навіть з іншим образним компонентом, є недоречним у певному контексті. Найменшу частку становить калькування — близько 10%, оскільки цей метод є доречним лише за умови культурної впізнаваності образу та його природного звучання в мові перекладу.

Таке співвідношення демонструє загальну тенденцію до переважання адаптаційних методів, спрямованих на збереження комунікативної функції публіцистичного тексту.

3.2. Аналіз та опис методів перекладу у різних тематичних рубриках

Аналіз методів перекладу ФО у публіцистичних текстах набуває особливої виразності, якщо враховувати тематичну рубрикацію медіадискурсу. Різні рубрики — політична, економічна, культурна, спортивна, соціальна — задають щоразу інші комунікативні завдання й стилістичні параметри, а отже, впливають і на вибір перекладацьких стратегій. Як зазначає М. Baker, переклад ідіом і сталих виразів завжди пов'язаний із балансом між збереженням значення, образу та прагматичного ефекту, причому рішення перекладача значною мірою залежить від жанру й функції тексту (2001).

У свою чергу, Р. Newmark підкреслює, що під час передавання метафоричних та ідіоматичних одиниць перекладач має орієнтуватись не на „буквальну вірність“, а на комунікативний результат у мові перекладу, що зумовлює варіативність процедур у різних типах дискурсу (1988).

У політичних рубриках ФО зазвичай виконують оцінну, експресивну та маніпулятивну функції: вони не стільки інформують, скільки інтерпретують події, формуючи у читача певну рамку сприйняття. Показовим є вживання кулінарних ФО, які допомагають через побутовий образ підсилити політичну оцінність. Прикладом є речення „Bloomberg könnte Clinton noch diese Suppe versalzen, wenn er sich zu früh aus dem Rennen zurückzieht.“ (SZ, 17.03.10) — „Блумберг може зіпсувати Клінтон усю

справу, якщо занадто рано вийде з перегонів.“ (DW, 19.03.10). ФО *die Suppe versalzen* (дослівно: *пересолити суп*) переносно означає зіпсувати комусь плани (WPRaRwiASU). Саме це значення й передає український переклад.

Інший політичний матеріал демонструє подібний механізм інтерпретації: „Bei der alten Messe im Petersdom liegt der Hase im Pfeffer: Es geht um Machtfragen innerhalb der Kurie“ (FAZ, 27.10.25) — „У ситуації зі старою месою у Соборі Святого Петра саме тут собака заритий: питання стосується влади в курії.“ (DW, 28.10.25). ФО *da liegt der Hase im Pfeffer* (дослівно: *заць лежить у перці*), а в переносному сенсі — суть основної проблеми (WPRaRwiASU). В українській мові найточнішим відповідником є ФО *ось де собака заритий*.

В інших випадках, коли образ надто „щільно“ прив’язаний до політичної реальності країни-джерела, перекладач змушений вдаватися до неповного еквівалента, орієнтованого на прагматичний ефект, а не на форму (Яшук, 2014).

Економічні та ділові рубрики демонструють дещо інший розподіл методів перекладу. Тут домінують інформативність, логічна впорядкованість та термінологічна точність, а ФО використовуються передусім як засіб концептуалізації складних процесів через зрозумілі метафоричні моделі. Характерним прикладом є речення „Für die Bank ist der Shitstorm offenbar Wurst — die Kampagne läuft weiter.“ (SZ, 13.01.12) — „Для банку цей скандал, схоже, до лампочки — кампанія триває.“ (DW, 14.01.12). ФО *das ist jemandem Wurst* (дослівно: *це (комусь) ковбаса*) означає байдужість (WPRaRwiASU). Переклад *до лампочки* (Великий тлумачний словник української мови) повністю відповідає функції вислову. Це образ частковго еквівалента, але конкретний образ „ковбаси“ відступає на другий план.

Така гнучкість добре корелює з підходом, запропонованим Т. Олійник, яка, спираючись на Р. Newmark, показує, що під час перекладу метафоричних одиниць у суспільно значущих текстах пріоритет часто надається комбінуванню семантичного й комунікативного перекладу, залежно від того, чи є образ інтернаціональним, чи культурно специфічним (2014).

Культурні, мистецькі та рецензійні рубрики характеризуються підвищеним рівнем інтертекстуальності та символічної насиченості, тому тут значну роль

відіграють такі методи, як калькування та збереження образного ряду. ФО й метафоричні кліше в цій сфері часто апелюють до біблійних, міфологічних або літературних джерел, тож їхня ідентифікація та розпізнавання має принципове значення для повноцінного розуміння тексту. Наприклад, „Für Boulevardmedien ist der Prozess ein gefundenes Fressen.“ (SZ, 17.01.2020) — „Для бульварних медіа цей процес — просто знахідка.“ (DW, 19.01.2020). ФО *das ist ein gefundenes Fressen* буквально означає *знайдена пожива*, а переносно – надзвичайно вигідна, зручна тема (WPRaRwiASU), що прекрасно відображено перекладом „знахідка“.

Саму у сфері медійної фразеології, пов’язаної з культурою і медіатекстами, особливо помітні процеси активної інновації та трансформації усталених формул, про що свідчать дослідження Д. Сизонова, який фіксує значну кількість нових та переосмислених ідіом у сучасному українському медіапросторі (2018).

Спортивні рубрики відзначаються високим ступенем динаміки, емоційності та розмовності, що зумовляє активне використання яскравих, часто експресивних ФО. Тут перекладач зазвичай віддає перевагу неповним еквівалентам та ідіоматичному перекладу, орієнтованому на відтворення ритму й емоційної напруги. Стаття подає приклад різкої критики: „Bittencourt schimpft über Schiedsrichter: „Unter aller Sau““ (SZ, 31.01.2020) — „Біттенкурт лаявся на арбітра: Це — ганьба“ (DW, 01.02.2020). ФО *unter aller Sau* означає вкрай погано, неприйнятно, має розмовно-грубий характер і передає сильне емоційне невдоволення (WPRaRwiASU).

Тут ми спостерігаємо, як перекладач жертвує формальною образністю заради збереження емоційного тону й стилістичної природності, що в спортивному дискурсі є визначальним чинником. Потреба у збереженні „ефекту живого мовлення“ у спортивних матеріалах добре узгоджується з ідеєю про те, що перекладач повинен у першу чергу орієнтуватися на очікування конкретної цільової аудиторії, а не на буквальність передачі фразеологічної форми (Baker, 2001).

Соціальні, гуманітарні та „людські історії“ у публіцистиці демонструють найбільшу гнучкість щодо вибору методів перекладу ФО. Тут поєднуються як традиційні, так і новітні, медійно зумовлені ФО; останні нерідко мають характер неологізмів, ситуативних цитат, мемних виразів. Перекладачеві доводиться

балансувати між калькуванням, що зберігає новизну образу, й адаптаційними стратегіями, які гарантують зрозумілість. Наприклад, „Der Klinikbetreiber will der Stadt gehörig in die Suppe spucken.“ (Schwarzwälder Bote, 12.10.10) — „Оператор лікарні хоче добряче зіпсувати плани міста.“ (DW, 14.10.10). ФО *jemandem in die Suppe spucken* буквально означає *плюнути комусь в суп*, а переносно – зіпсувати чийсь наміри, нашкодити (WPRaRwiASU).

Саме в цих рубриках, як показують дослідження медійної фразеології, особливо помітна тенденція до фразеологічних інновацій і смислових зрушень, що ускладнює завдання перекладача й вимагає поєднання кількох стратегій у межах одного тексту (Сизонов, 2018).

Таким чином, аналіз методів перекладу ФО у різних тематичних рубриках публіцистики свідчить про домінування функціонально орієнтованого підходу, коли вибір між повним еквівалентом, частковим еквівалентом, описовим перекладом чи калькуванням визначається не лише структурою ФО, а насамперед її роллю в конкретному типі медіатексту. Політичні і спортивні рубрики переважно спираються на неповні еквіваленти та ідіоматичний переклад, економічні — на описові формулювання й часткові кальки, культурні — на калькування й збереження образу, тоді як соціальні й загальні новинні рубрики комбінують усі ці стратегії, орієнтуючись на жанр і цільову аудиторію. Такий розподіл добре узгоджується з сучасними підходами до перекладу ФО та метафоричних одиниць, розробленими в роботах М. Baker, Р. Newpark, Т. Олійник, Д. Сизонова та інших дослідників, які наголошують на необхідності збереження комунікативної мети й прагматичного ефекту вихідного тексту.

3.3. Труднощі перекладу ФО з кулінарним компонентом та шляхи їх подолання

ФО з кулінарним компонентом становлять особливу групу стійких висловів, у яких одиниці харчової лексики набувають метафоричного, оцінного чи емоційного змісту. Кулінарні образи широко вживані в усіх мовах, але їхні культурні конотації

значно відрізняються, що створює складнощі під час перекладу. Труднощі перекладу пов'язані як із лінгвістичними, так і з культурологічними аспектами, через що буквальний переклад часто виявляється нейпринятним або смислово неточним (Щигло, 2015).

Однією з головних проблем є культурно детермінована образність. Продукти, страви чи кухонні процеси в різних культурах мають різний символічний зміст (Томаз, 2022). Наприклад, німецький вислів *Wurst wider Wurst* (nd, 21.09.23) має чітку національну конотацію, оскільки *Wurst* є елементом традиційної німецької кухні та асоціюється з чимось повсякденним, простим і „домашнім“. Українському читачеві цей образ може бути незрозумілим або не мати виразного експресивного ефекту.

Відсутність аналогічної культурної основи у мові перекладу спричиняє втрату комічності, експресії або оціночності, що є невід'ємними компонентами ФО.

Кулінарні ФО часто виконують роль метафоричних маркерів соціальних ситуацій, психологічних станів або поведінки. Наприклад, *Senf dazugeben* (SZ, 07.09.21) — казати свою думку, яку ніхто не запитував (WPRaRwiASU), тоді як буквальне „додавати гірчицю“ має зовсім інше значення. Це створює загрозу помилкового буквального перекладу, через який метафоричний зміст буде повністю втрачений.

ФО функціонують як цілісні семантичні комплекси, тому їх переклад потребує відтворення значення цілого образу, а не компонентів окремо (Новікова, 2015).

У німецькій мові кулінарні ФО часто мають розмовне, іронічне або навіть грубувате забарвлення, наприклад *auf die Nüsse gehen* (SZ, 09.12.16). Під час перекладу необхідно зберегти тональність і прагматичний ефект, а не лише зміст. Неправильний підбір стилістично рівнозначного вислову може призвести до зміщення регістру та порушення комунікативного наміру автора. Передача стилістичного забарвлення є важливою частиною еквівалентності перекладу (Новікова, 2015).

Частина кулінарних ФО має непрямий, прихований зміст, який не виводиться із буквального значення компонентів (Щигло, 2015). Наприклад, вислів *Butter bei die Fische!* (16.08.20) означає заклик до переходу до суті діла (WPRaRwiASU).

Відсутність логічного зв'язку між маслом і рибою створює складність для перекладача, який мусить відтворити не буквальный, а функціональний зміст фрази.

У багатьох випадках іншомовний ФО не має прямого структурного або образного відповідника. У такому випадку перекладача стикається з вибором між реконструкцією образу і підбором функціонального аналога. Найбільш продуктивним у таких випадках є контекстуальний переклад, який дозволяє зберегти прагматичний ефект за рахунок відступу від буквальної форми (Агапова, 2021).

Подолання труднощів перекладу ФО із кулінарним компонентом вимагає комплексного підходу, оскільки ці одиниці поєднують метафоричність, культурну специфіку та стилістичну маркованість.

Першим і найбільш бажаним способом є використання повного фразеологічного відповідника, якщо він існує в мові перекладу та здатний відтворити не лише зміст, а й прагматичний ефект вислову (Томаз, 2022). За наявності такого відповідника переклад зберігає природність, а ФО функціонує так само органічно, як і в оригінальному тексті.

Однак в багатьох випадках прямого аналога немає, оскільки кулінарні образи глибоко прив'язані до національної традиції. У такій ситуації перекладач звертається до часткової адаптації образу, тобто замює культурно-обмежений компонент на елемент, зрозуміліший читачеві, зберігаючи водночас загальну семантичну рамку (Новікова, 2015). Такий підхід дозволяє уникнути непорозуміння або небажаних асоціацій, не порушуючи структури вислову.

Коли ж провідною є не образність, а комунікативний ефект, доцільно застосувати функціональний (прагматичний) переклад, спрямований на відтворення тієї реакції, яку ФО має викликати у читача (Щигло, 2015). Наприклад, емоційне забарвлення або іронічність вислову важливіші за буквальне збереження кулінарного компонента, і тоді переклад орієнтується на передачу тональності й наміру автора.

Не менш важливою стратегією є компенсація, коли повністю відтворити образ неможливо, але перекладач компенсує втрату експресивності в іншій частині тексту (Щигло, 2015). Це дозволяє зберегти загальний емоційний баланс висловлювання й

уникнути стилістичного „згладжування“, яке часто виникає при дослівному чи нейтральному перекладі.

У наукових, культурознавчих або освітніх текстах припустими є також пояснювальний переклад, який супроводжується коротким коментарем або роз'ясненням. Такий підхід дозволяє зберегти етнокультурну специфіку ФО, яка може мати важливе значення для розуміння контексту або задуму автора (Томаз, 2022). Він особливо корисний у випадках, коли ФО не має жодного прийняттого функціонального аналога у мові перекладу.

Таким чином, шляхи подолання перекладацьких труднощів варіюються від прямого фразеологічного відповідника до адаптивних та компенсаторних технік, а вибір конкретної стратегії визначається типом тексту, прагматичними завданнями та очікуваною рецепцією перекладу. Важливо, що успіхе відтворення кулінарних ФО ґрунтується не стільки на буквальній відповідності, скільки на здатності зберегти комунікативну та емоційну цілісність вислову, яку він має в мову-джерелі.

3.4. Проблематика передачі значення та стилістики перекладених ФО

Проблематика передачі значення та стилістики перекладених ФО є однією з найбільш складних у перекладацькій практиці, зокрема коли мова йде про ФО з кулінарним компонентом, оскільки ФО становлять цілісні семантичні структури, у яких лексичний образ, конотативне наповнення, прагматична функція та стилістична маркованість нерозривно пов'язані між собою. Під час перекладу ФО з кулінарним компонентом ця проблема посилюється завдяки специфічній національно-культурній символіці продуктів харчування, або процесів приготування їжі, що формує у носіїв мови-джерела певні стійкі асоціації, відсутні у мові перекладу. У наслідок цього буквальне відтворення таких одиниць часто призводить до втрати смислу або небажаного комічного ефекту, тоді як нейтралізація образу послаблює емоційний і стилістичний вплив вислову (Burger, 2015).

Однією з центральних проблем є багаторівневість значення ФО: окрім базового лексичного компонента, він містить емоційні, оцінні та прагматичні відтінки, які не

завжди збігаються між мовами (Fleischer, 1997). У німецьких кулінарних ФО часто присутній експресивний, іронічний або розмовний реєстр, який складно адекватно відтворити засобами української мови без зміщення тональності. Це створює ситуації, коли перекладач мусить знайти баланс між смисловою точністю та стилістичною адекватністю, часто жертвуючи одним із компонентів, залежно від комунікативних цілей тексту (Schmitt, 2018).

Складність передачі стилістики зумовлена також тим, що образи, які в одній культурі мають позитивне або жартівливе забарвлення, в іншій можуть бути нейтральними або незрозумілими (Burger, 2015).

Ще однією суттєвою проблемою є прагматична функція ФО, тобто їх здатність формувати емоційний контакт між мовцем і адресатом, сигналізувати підтримку, солідарність, осуд або насмішку. Нерідко переклад передає значення, але не відтворює прагматичний ефект (Барановська, 2018). Перекладачі змушені шукати способи збереження комунікативної інтенції, навіть якщо це передбачає часткову зміну образу або використання компенсаторних засобів (Schmitt, 2018).

Проблематика передачі стилістики загострюється й у випадках, коли мова-джерело та мова перекладу мають різні норми реєстру та різний рівень толерантності до іронії, гіперболи або розмовності в публічному дискурсі (Häusermann, 2004). Те, що в німецькому тексті звучить органічно й експресивно у перекладі може сприйматися як надмірно фамільярне або навіть грубе. Це створює ризик стилістичного спотворення, коли переклад відтворює зміст, але зміщує тональність висловлювання, що призводить до зміни читацького сприйняття.

У підсумку проблематика передачі значення та стилістики ФО полягає у необхідності одночасного врахування їх багатозначної семантики, культурної основи, емоційного забарвлення та комунікативної функції. ФО — це багатокомпонентні мовні знаки, де зміст, емоція і моціальний підтекст функціонують як єдине ціле. Тому переклад таких одиниць неминуче пов'язаний із необхідністю вибору між збереженням образу, стилістики чи прагматичної інтенції, а також із творчою адаптацією вислову під норми мови перекладу. Успішне відтворення ФО, зокрема кулінарних, ґрунтується не стільки на буквальній відповідності, скільки на

здатності зберегти комунікативну та емоційну цілісність вислову, яку він має в мові-джерелі (Burger, 2015).

Висновки до розділу 3

Переклад фразеологічних одиниць у публіцистичних текстах ґрунтується насамперед на збереженні їх комунікативної функції, емоційного забарвлення та стилістичного впливу. Кількісний аналіз показав перевагу адаптаційних стратегій: найчастіше використовується переклад неповним фразеологічним еквівалентом (45%), який забезпечує природність і стилістичну відповідність у мові перекладу. Повний еквівалент становить близько 25% випадків і застосовується за наявності усталеного відповідника. Описовий переклад охоплює 20% прикладів і використовується тоді, коли збереження образу є недоцільним або ускладнює сприйняття. Калькування є найменш продуктивним методом (10%) і можливе лише за умови культурної впізнаваності образу.

Аналіз перекладу в різних тематичних рубриках засвідчив залежність вибору стратегії від функції ФО у тексті. Політичні та спортивні матеріали орієнтовані на експресивність і вплив, тому в них домінують неповні еквіваленти та ідіоматичний переклад. В економічних текстах переважають нейтралізовані або описові рішення, спрямовані на інформативність і зрозумілість. Культурні рубрики частіше зберігають образність через калькування або близькі відповідники, тоді як соціальні тексти поєднують різні методи залежно від контексту й аудиторії.

Основні труднощі перекладу ФО з кулінарним компонентом пов'язані з культурно зумовленою образністю, відсутністю прямих відповідників, ідіоматичністю та необхідністю передати стилістичний реґістр. Їх подолання передбачає використання повних і неповних еквівалентів, функціонального та описового перекладу, а також компенсаторних прийомів. Проблематика передачі значення полягає у збереженні багатозорової семантики, емоційності та прагматичного ефекту, що зумовлює орієнтацію перекладу на функціонально-комунікативну еквівалентність, а не на буквально відтворення фразеологічної форми.

ВИСНОВКИ

Фразеологія є однією з найскладніших та водночас найзмістованіших сфер мовознавства, адже вона охоплює стійкі словосполучення, які мають семантичну неподільність, культурну насиченість та унікальну стилістичну виразність. ФО становлять особливий пласт лексики, що відображає багатовіковий досвід народу, його традиції, побут, менталітет та емоційно-оцінні уявлення про світ. Саме тому фразеологія виконує не лише мовну, а у культурологічну функцію — вона стає своєрідним носієм колективної пам'яті, зберігаючи культурні коди й історичну інформацію, закладені у мовних образах.

ФО відзначаються кулькома ключовими рисами: стійкістю лексичного складу, цілісністю значення, образністю та зв'язком із культурним контекстом. Незмінність структури є визначальною: заміна будь-якого компонента призводить до руйнування ідіоматичного змісту. Саме ця властивість забезпечує впізнаванність та стабільне функціонування ФО у мовленні, а також їхню здатність виконувати номінативну, експресивну, стилістичну та комунікативну функції. Використання ФО не лише робить мовлення природним та багатим, але й свідчить про високий рівень володіння мовою.

З огляду на мовну та культурну природу ФО, не менш важливим є їх місце у міжкультурній комунікації та мовній освіті. Оскільки значення ФО не завжди збігається із сумою значень його окремих компонентів, вони становлять складну складність для мовців, які вивчають іноземну мову. Культурна специфічність та національні особливості образів вимагають глибоко знання соціального та історичного контексту, що робить вивчення ФО важливим компонентом формування міжкультурної компетентності.

Варто наголосити, що ФО є багатшаровим явищем, і саме тому їх класифікація стала предметом численних наукових досліджень. Сучасна лінгвістика пропонує широкий спектр класифікацій, що ґрунтуються на різних критеріях — семантичних, типологічних, структурно-семантичних, контекстологічних, парадигматичних і синтагматичних, граматичних, генетичних, тематичних, функціональних і

стилістичних. Кожна класифікація дає змогу по-різному систематизувати фразеологічний матеріал, висвітлюючи окремі аспекти його організації. Навідомішою є семантична класифікація Ш. Баллі, яка розмежовує фразеологічні зрощення, єдності та сполучення.

Різні типи класифікацій не суперечать один одному, а доповнюють загальне уявлення про природу ФО. Крім того, значну цінність становлять класифікації за стилістичними характеристиками, оскільки ФО широко застосовується в публіцистиці, впливаючи на образність тексту, інтонацію та емоційно насиченість.

Значущим є те, що переклад ФО здійснюється на різних мовних рівнях — лексичному, морфологічному, синтаксичному та навіть фонетичному. Це зумовлює потребу в широкому спектрі перекладацьких трансформацій. Найбільш продуктивним у сучасній практиці є трансформаційний підхід, що охоплює лексичні, граматичні та лексико-граматичні трансформації: калькування, модуляцію, конкретизацію, генералізацію, антонімічний переклад, компенсацію та інші. Ці трансформації дозволяють зберегти семантику та прагматику ФО.

Денотативний підхід при перекладі підкреслює важливість точного визначення референта й опори на предметний зміст повідомлення. Він наголошує, що відповідність між одиницями мов не є сталою — вона щоразу визначається інтерпретацією перекладача.

Комунікативний підхід розглядає переклад як різновид двомовної комунікації, у якій перекладач виступає посередником між мовцями. Тут ключовим стає не спосіб трансформації тексту, а забезпечення максимально повного розуміння повідомлення адресатом.

Окрім таких підходів, важливими є також конкретні методи перекладу ФО: повний та частковий еквівалент, аналог, калька, описовий і комбінований переклад. Вибір методів залежить від ступеня ідіоматичності, культурної специфічності та функціонального навантаження вислову в тексті.

Аналіз ФО з кулінарним компонентом у німецькій мові показує, що цей компонент виконує значно ширшу функцію, ніж просте тематичне позначення сфери їжі. Кулінарні лексеми формують стійкі метафоричні моделі, які слугують

ефективним інструментом інтерпретації соціальних, політичних та економічних явищ. Саме завдяки образності, культурній упізнаваності та емоційній насиченості кулінарні ФО активно функціонують у німецькій публіцистиці, де вони забезпечують експресивність, створюють „ефект спільного знання“ та полегшують сприйняття складних процесів через знайомі побутові ситуації.

ФО з кулінарним компонентом у німецькій мові проявляють високу семантичну, структурну та прагматичну значущість. Семантично вони відзначаються глибокою метафоричністю: кулінарні образи дозволяють передавати емоційні стани, поведінку, соціальні стереотипи та оцінки через добре знайомі побутові реалії.

Структурно такі ФО демонструють значне різноманіття моделей. Найпоширенішими є конструкції з одним кулінарним елементом, які становлять близько 59% усієї вибірки. Це, передусім, моделі типу „продукт або страва + дієслівна чи прикметникова частина“. До цієї групи належать і конструкції на основі кулінарних процесів, а також моделі з назвами кухонного приладдя. Другою за чисельністю є група ФО з двома кулінарними компонентами (близько 41%), що формують складніші метафоричні поєднання. Серед них виокремлюються конструкції на кшталт „продукт + продукт“, які спираються на культурно символічні комбінації; „продукт + посуд“, де взаємодія двох елементів створює цілісний семантичний комплект; „продукт + процес приготування“, що моделюють поведінку людини через дії з їжею; а також рідкісні, але виразні конструкції „процес + посуд“, де кухонний інструмент стає символом тиску чи перетворення. Таке різноманіття структур свідчить про гнучкість кулінарної сфери як джерела метафоризації та її здатність відтворювати як статику (іменникові моделі), так і динаміку (дієслівні моделі).

Прагматично кулінарні ФО виконують широкий спектр функцій — від експресивної до оцінної та комунікативно-стратегічної. У публіцистичних текстах вони підсилюють емоційний тон, роблять повідомлення більш живими і доступними, створюють потрібну атмосферу та спрямовують інтерпретацію читача. Через знайомість кулінарної сфери такі вислови швидко викликають потрібні асоціації:

можуть пом'якшувати критику, підсилювати іронію, передавати схвалення або докір, а також допомагають авторам формувати прихований емоційний підтекст.

ФО в публіцистичних текстах є важливим стилістичним засобом, адже поєднують компактність вираження, емоційну насиченість та здатність швидко впливати на читача. Завдяки своїй семантичній цілісності вони дозволяють журналісту передати складні оцінки та смисли у стислій, образній формі, задаючи емоційний тон матеріалу та формуючи потрібну інтерпретаційну рамку. У публіцистиці вони реалізують переважно експресивну, прагматичну, номінативну та інтерпретаційну функції, допомагаючи структуровано і водночас емоційно подати інформацію. Завдяки цим властивостям ФО стають одним із ключових засобів впливу на читача, формування оцінок і посилення комунікативної ефективності журналістського тексту.

Переклад ФО з кулінарним компонентом у публіцистичних текстах вимагає від перекладача не лише мовної компетентності, а й глибокого розуміння культурного контексту та стилістичних функцій цих одиниць. У перекладі застосовуються різні стратегії, вибір яких залежить від ступеня ідіоматичності ФО, її культурної маркованості та контексту. Найчастіше використовується частковий фразеологічний еквівалент (близько 45% випадків), який дає змогу максимально природно вписати ФО в український контекст, зберігаючи основний смисл виразу. Повний еквівалент застосовується рідше (приблизно 25%), що зумовлено відмінностями у символічних значеннях кулінарних образів у німецькій та українській мовах. Описовий переклад (приблизно 20%) використовується там, де фразеологічний відповідник відсутній або недоречний, а калькування (10%) — лише у випадках прозорої внутрішньої форми та культурної впізнаваності образу.

Аналіз методів перекладу ФО з кулінарним компонентом у різних тематичних рубриках публіцистики показує, що вибір перекладацької стратегії завжди визначається функцією ФО у тексті та комунікативною метою статті. Політичні матеріали тяжіють до неповних еквівалентів і адаптованих образів, оскільки ФО там найчастіше виконує оцінну та маніпулятивну роль. В економічних текстах переважають описові переклади та часткові еквіваленти, що забезпечують логічність

і точність. Культурні рубрики частіше зберігають образ або застосовують калькування через високий рівень символічності й інтертекстуальності. Спортивні тексти орієнтуються на передачу емоційності, тому використовують яскраві ідіоматичні відповідники, інколи жертвуючи буквальним образом. Соціальні та загальноновинні рубрики комбінують усі стратегії, залежно від ситуації.

ФО з кулінарним компонентом становлять особливу групу виразів, у яких звичні харчові назви набувають метафоричного, емоційного та оцінного змісту. Їх переклад ускладнюється тим, що кулінарні образи мають різні культурні конотації у різних мовах, тому буквальне відтворення часто виявляється неточним або руйнує смисл. Основною проблемою є культурно зумовлена образність: те, що в німецькій мові сприймається природно та виразно, а для українського читача може бути незрозумілим або не мати емоційного ефекту. Багато з таких ФО не мають прямих відповідників, оскільки їх значення не виводиться з буквального змісту компонентів. Тому перекладач повинен відтворювати не окремі слова, а цілісний образ, стилістику та прагматичний вплив вислову.

Щоб подолати ці труднощі, застосовуються різні стратегії: повний фразеологічний відповідник (якщо існує), адаптація образу під культурні реалії цільової мови, функціональний переклад, спрямований на передачу ефекту, компенсація втраченої образності та пояснювальний переклад у спеціалізованих текстах. Ефективність перекладу кулінарних ФО ґрунтується не на буквальності, а на здатності зберегти їхній смисл, емоційність та комунікативний намір у мові перекладу.

Проблема передачі значення й стилістики кулінарних ФО полягає в тому, що є цілісними семантичними одиницями, де образ, емоційність, конотації та прагматичний ефект нерозривно пов'язані. Через національно-культурну специфіку кулінарних реалій буквальний переклад часто викликає втрату сенсу або небажаний комічний ефект, тоді як нейтральний переклад послаблює стилістичну виразність. Додаткові труднощі створює багаторівневість значення, розмовність, іронічність чи грубість деяких німецьких ФО, які важко передати без зміни тональності. Часто переклад відтворює зміст, але не передає прагматичного впливу, що порушує

комунікативний намір автора. Через різницю кулінарних норм і реєстрів те, що звучить природно в німецькій мові, може виглядати надто фамільярно в українській. Тому переклад кулінарних ФО потребує балансу між змістом, образністю та стилістикою, а успішність перекладу визначається здатністю зберегти комунікативну й емоційну цілісність вислову, а не буквальність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агапова, А. В. (2021). Переклад фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом: традиції та новації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічні науки»*, 108, 12–18.
2. Андрієвська, О. В. (2012). *Фразеологія з гастрономічним компонентом у німецькій мові: семантико-структурний та перекладознавчий аспекти*: автореферат дисертації кандидата філологічних наук (10.02.04). Київ. 20 с.
3. Баран, Я., & Зимомря, М. (1999). *Теоретичні основи фразеології*. Ужгород. 175 с.
https://shron1.chtyvo.org.ua/Zymomria_Mykola/Teoretychni_osnovy_frazeolohii.pdf
4. Барановська, І. (2018). *Phraseological Meaning and Cultural Markedness in Translation Studies*. Kyiv: KNLU Press.
5. Бєлих, О. М. (2012). Гастрономічні фразеологічні одиниці в німецькій мові. *Мовознавство*, (3), 22–28.
https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/12980/1/semantic_lexical.pdf
6. Боднарчук, Л. А. (2018). Фразеологічні одиниці в перекладі. *Вісник Херсонського державного університету. Серія: Філологічні науки*, (2), 125–131.
7. Васильєва, Н. А. (2004). *Фразеологія сучасної німецької мови: перекладознавчий аспект*. Київ: Видавничий дім «Академія». 240 с.
8. Васильчук, В. В. (2013). *Фразеологія німецької мови: навчальний посібник*. Київ: Видавничий дім «Академія». 272 с.
9. Васько, С. Р. (2022). Фраземи як знаки вторинної номінації і результат фразеосеміозису. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія*, 25(2), 18–31.
<http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/5201>
10. Великий тлумачний словник української мови.
<https://slovnyk.me/>
11. Венжинович, Н. (2018). *Фраземіка української літературної мови ХХ–ХХІ століть*. Ужгород: Говерла.

https://shron1.chtyvo.org.ua/Venzhynovych_Nataliia/Frazemika_ukrainskoi_literaturnoi_movy_kohnityvnyi_ta_linhvokulturolohichniy_aspekty.pdf

12. Верховод, А. О. (2020). *Фразеологізми з використанням назв тварин та рослин у перекладацькому аспекті*. Київ: Київський національний лінгвістичний університет. 92 с.

<http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/830>

13. Гавриш, М. (2014). Тенденції розвитку фразеологічного складу німецької мови (на матеріалі молодіжного сленгу). *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*, 129, 243–247.

<https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/4790>

14. Гвоздяк, О. П.. *Функції фразеологічних одиниць у німецькому мовленні: лінгвокультурологічний аспект*. Ужгород: Ужгородський національний університет. 12 с.

15. Готра, Ю. Ю. (2016). Теоретичні засади аналізу фразеологічних одиниць сучасної англійської мови. *Сучасні дослідження з іноземної філології*, (14), 54–64.

<https://dspace.uzhnu.edu.ua/handle/lib/77652>

16. Городенська, К. Г. (2012). Фразеологічні одиниці як засіб вираження оцінності в публіцистиці. *Мовознавство*, (4).

17. Гуляєва, О. В. (2015). *Фразеологічні одиниці з гастрономічним компонентом у німецькій мові: функціонально-стилістичний аспект*: автореферат дисертації кандидата філологічних наук (10.02.04). Київ. 20 с.

18. Дембровська, О. Б. (2006). Про способи перекладу фразеологічних одиниць. *Наукові записки Чернівецького університету. Серія: Філологічні науки*, 406, 17–21.

19. Денисенко, С. Н. (2010). Концепт мовної карти світу і сучасні дослідження фразеології. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 36.

<https://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/4180>

20. Зарицький, М. С. (2004). *Переклад: створення та редагування*: посібник. Київ: Парламентське видавництво. 120 с.

<https://vdoc.pub/documents/-1e1amsjss2t0>

21. Зубач, О. А. (2007). *Національно-культурна своєрідність семантики фразеологічних одиниць з колористичним компонентом у сучасній німецькій мові*: автореферат дисертації кандидата філологічних наук (10.02.04 «Германські мови»). Донецьк. 23 с.

<https://uacademic.info/ua/document/0408U000471>

22. Карабан, В. І. (2018). *Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми*: навчальний посібник (5-те вид., випр.). Вінниця: Нова Книга. 656 с.

<https://nk.in.ua/pdf/1684r.pdf>

23. Кияк, Т. Р., Науменко, А. М., & Огуй, О. Д. (2008). *Перекладознавство (німецько-український напрям)*: підручник. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». 543 с.

<https://studfile.net/preview/7525197/>

24. Кісь, В. В. (2019). Переклад фразеологічних одиниць як одиниці мовної системи. *Вісник Львівського університету. Серія: Філологія*, 94, 154–160.

25. Корунець, І. В. (2011). *Теорія і практика перекладу (аспектний переклад)*. Нова Книга.

https://studylib.net/doc/25333212/korunec._.-teor%D1%96ya-%D1%96-praktika-perekladu

26. Костенко, Н. В. (2018). Переклад фразеологічних одиниць з гастрономічним компонентом з німецької мови на українську: теоретичні та практичні аспекти. *Наукові записки. Серія: Філологія*, (2), 104–109.

27. Кочан, І. (2008). *Лінгвостилістика тексту*. Львів: ЛНУ ім. І. Франка.

<https://file.lib.in.ua/pdf/kochan-iryna-linhvistychnyi-analiz-tekstu.pdf>

28. Крикніцька, І. О. (2017). Етнопрагматика: погляд на сучасні англійські кулінарні фразеологізми. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 4, 49–52.

<https://tsj.journal.kspu.edu/index.php/tsj/article/view/278>

29. Лапиніна, О. Л. (2018). Ідеографічна класифікація фразеологічних одиниць сучасної німецької мови з гастрономічним компонентом. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Лінгвістика*, 34(2), 53–57.

http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_2018_34%282%29_12

30. Левченко, О. (2005). *Фразеологічна символіка: лінгвокультурологічний аспект*. Львів. 265 с.

<https://uacademic.info/ua/document/0507U000243>

31. Максимов, С. (2016). *Практичний курс перекладу*. Київ: КНЛУ.

<https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src>

32. Марковська, А. В. (2013). Німецькі фразеологічні одиниці з національно-культурним потенціалом у газетно-публіцистичному стилі. *Сучасні дослідження з іноземної філології*, 11, 223–232.

<https://dspace.uzhnu.edu.ua/handle/lib/79084>

33. Матузкова, О. П., & Діброва, І. В. (2019). Харчовий код культури у фразеології англійської, української та грецької мов. *Записки з романо-германської філології*, 2(43), 189–208.

<https://dspace.onu.edu.ua/bitstream/123456789/26980/1/189-208.pdf>

34. Мацько, Л. І., & Сидоренко, О. М. (2003). *Стилістика української мови*. Київ: Вища школа.

<https://djvu.online/file/qwUjdTD4Cqy8Y>

35. Мелех, С. А. (2021). Мотиваційна база німецьких гастрономічних фразеологічних одиниць. *Наукові праці Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Філологія»*, 28, 107–115.

36. Мойсеєнко, Л. А. (2013). Теоретико-методологічні засади досліджень фразеологічних одиниць. *Наукові записки КНДУ. Серія «Філологічна»*, 34, 159–162.

37. Ніколащенко, Ю. А. (2019). Формування навичок перекладу фразеологічних одиниць у майбутніх перекладачів (на матеріалі німецької мови). *Молодий вчений*, (6), 368–371.

<https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-6-70-70>

38. Новини й аналітика про Німеччину, Україну, Європу та світ — DW: Deutsche Welle.

<https://www.dw.com/uk/>

39. Новікова, Т. В. (2015). Переклад фразеологічних одиниць крізь призму теоретичних досліджень. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*, 52, 203–207.

<https://lingvj.oa.edu.ua/articles/2015/n52/71.pdf>

40. Олійник, Т. С. (2014). Проблеми моделювання процесу перекладу. *Науковий вісник Чернівецького університету: Германська філологія*, 692–693, 132–135.

<https://doi.org/10.33842/2313-125X-2025-30>

41. Павкін, Д. (2025). Англійські та українські фразеологізми з назвами продуктів харчування: порівняльний лінгвокогнітивний аналіз. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов*, (101), 27–41.

<https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/article/view/26737/23750>

42. Пишна, Л. (2013). Міжкультурний аспект перекладу фразеологічних одиниць. *Мова і культура*, 16(5), 415–419.

43. Полюжин, І. М. (2019). Універсальність і внутрішня форма фразеологічних моделей. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Філологія*, 1(41), 96–99.

[https://doi.org/10.24144/2663-6840/2019.1\(41\).96-99](https://doi.org/10.24144/2663-6840/2019.1(41).96-99)

44. Савченко, Л. В. (2013). *Феномен етнокодів духовної культури у фразеології української мови: етимологічний та етнолінгвістичний аспекти* [монографія]. Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського; Доля.

<https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi47/0038261.pdf>

45. Селіванова, О. О. (2004). *Нариси з української фразеології (психокогнітивний та етнокультурний аспекти)* [монографія]. Брама.

https://library.znu.edu.ua/newbook/index.php?action=url/view&url_id=1215

46. Селіванова, О. О. (2012). Проблема трансформацій в перекладознавстві. *Вісник Черкаського університету. Серія: Філологічні науки*, (3), 33–40.

<https://ru.scribd.com/document/758946536/Novfil-2012-50-58-1>

47. Сизонов Д. (2018). Media Phraseology and the Dynamics of the Ukrainian Language: The Psycholinguistic and Stylistic Paradoxes. *Psycholinguistics*, 24(2), 277–291.

https://www.researchgate.net/publication/329150321_Media_Phraseology_and_the_Dynamics_of_the_Ukrainian_Language_The_Psycholinguistic_and_Stylistic_Paradoxes

48. Станіславська, Т. М. (2009). *Фразеологічні одиниці з гастрономічною семантикою в німецькій мові: перекладознавчий аспект*: автореферат дисертації кандидата філологічних наук (10.02.04). Київ. 24 с.

49. Томаз, В. Р. (2022). Особливості перекладу фразеологічних одиниць з німецької на українську. *Наукові записки Черкаського державного університету імені Богдана Хмельницького. Серія: Філологічні науки*, 1, 1039–1046.

<https://eprints.cdu.edu.ua/5511/>

50. Ужченко, Д., & Ужченко, В. (2007). *Фразеологія сучасної української мови*. Київ: ВЦ «Академія».

<https://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0002043>

51. Фадеева, С. Т. (2023). Структурно-семантичні особливості фразеологізмів з компонентом „ЛЮДИНА“ (китайська і українська мови): курсова робота. Київ: Київський національний лінгвістичний університет. 32 с.

<http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/4098>

52. Шевченко, Л. І. (2013). *Медіалінгвістика: Теорія і практика*. Київ: ВПЦ «Київський університет».

<https://www.academia.edu/60571086/>

53. Щигло, Л. В. (2015). *Основи теорії та практики перекладу. Німецька мова*: навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет. 214 с.

<http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/38923>

54. Ящук, О. Л. (2014). Перекладацька еквівалентність фразеологічних синонімів. *Advanced Education*, 1, 83–89.

<https://ela.kpi.ua/handle/123456789/10495>

55. Aktuelle Nachrichten aus Wuppertal. Wuppertaler Rundschau.

<https://www.wuppertaler-rundschau.de/>

56. Aktuelle Nachrichten. BILD.de.

<https://www.bild.de/>

57. Baker, M. (2001). *In Other Words: A Coursebook on Translation*. London: Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781315619187>

58. Burger, H. (2007). *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung* (2. Halbband). Berlin: Walter de Gruyter. 1183 S.

https://www.researchgate.net/publication/262298930_Phraseologie_Ein_internationales_Handbuch_der_zeitgenossischen_Forschung_1_Halbband

59. Burger, H. (2015). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen* (5., neu bearb. Aufl.). Berlin: Erich Schmidt.

<https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/item/>

60. DER SPIEGEL. Online-Nachrichten.

<https://www.spiegel.de/>

61. derStandard.at. Nachrichten, Kommentare & Community.

<https://www.derstandard.at/>

62. DIE ZEIT. Nachrichten, News, Hintergründe und Debatten.

<https://www.zeit.de/index>

63. DWDS: Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache.

<https://www.dwds.de/>

64. FAZ: Frankfurter Allgemeine Zeitung.

<https://www.faz.net/aktuell/>

65. Fleischer, W. (1997). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Berlin: de Gruyter.

<https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1515/9783110947625/html>

66. Häusermann, J. (2004). *Redewendungen und ihre Übersetzung: Stilistik, Pragmatik, Kulturbezug*. Tübingen: Narr.

67. Kautz, U. (2002). *Das Handbuch Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens*. München: Iudicium. 235 S.

<https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/item/>

68. Lakoff, G., & Johnson, M. (2003). *Metaphors We Live By*. University of Chicago Press.
<https://cs.uwaterloo.ca/~jhoey/teaching/cs886-affect/papers/LakoffJohnsonMetaphorsWeLiveBy.pdf>
69. Miram, G. (2004). *Translation Algorithms*. Elga.
70. Moon, R. (2008). *Fixed Expressions and Idioms in English: A Corpus-Based Approach*. Clarendon Press.
<https://doi.org/10.1093/oso/9780198236146.001.0001>
71. Nachrichten, aktuelle Schlagzeilen und Videos — ntv.de.
<https://www.n-tv.de/>
72. Nachrichten aus Hamburg und der Welt — Hamburger Abendblatt.
<https://www.abendblatt.de/>
73. nd.Aktuell — Journalismus von links.
<https://www.nd-aktuell.de/>
74. Newmark, P. (1988). *A Textbook of Translation*. New York: Prentice Hall.
<https://archive.org/details/textbookoftransl0000newm>
75. OVB Heimatzeitungen.
<https://www.ovb-heimatzeitungen.de/>
76. Schmitt, P. (2018). *Übersetzungsprobleme bei idiomatischen Wendungen*. München: Iudicium.
77. Scholze-Stubenrecht, W. (Hrsg.) (2020). *DUDEN — Redewendungen: Wörterbuch der deutschen Idiomatik*.
https://openlibrary.org/books/OL31284507M/Duden_Redewendungen
78. Schwarzwälder Bote.
<https://www.schwarzwaelder-bote.de/>
79. SZ: Süddeutsche Zeitung. Aktuelle Nachrichten und Kommentare.
<https://www.sueddeutsche.de/>
80. Volksstimme.
<https://www.volksstimme.de/>

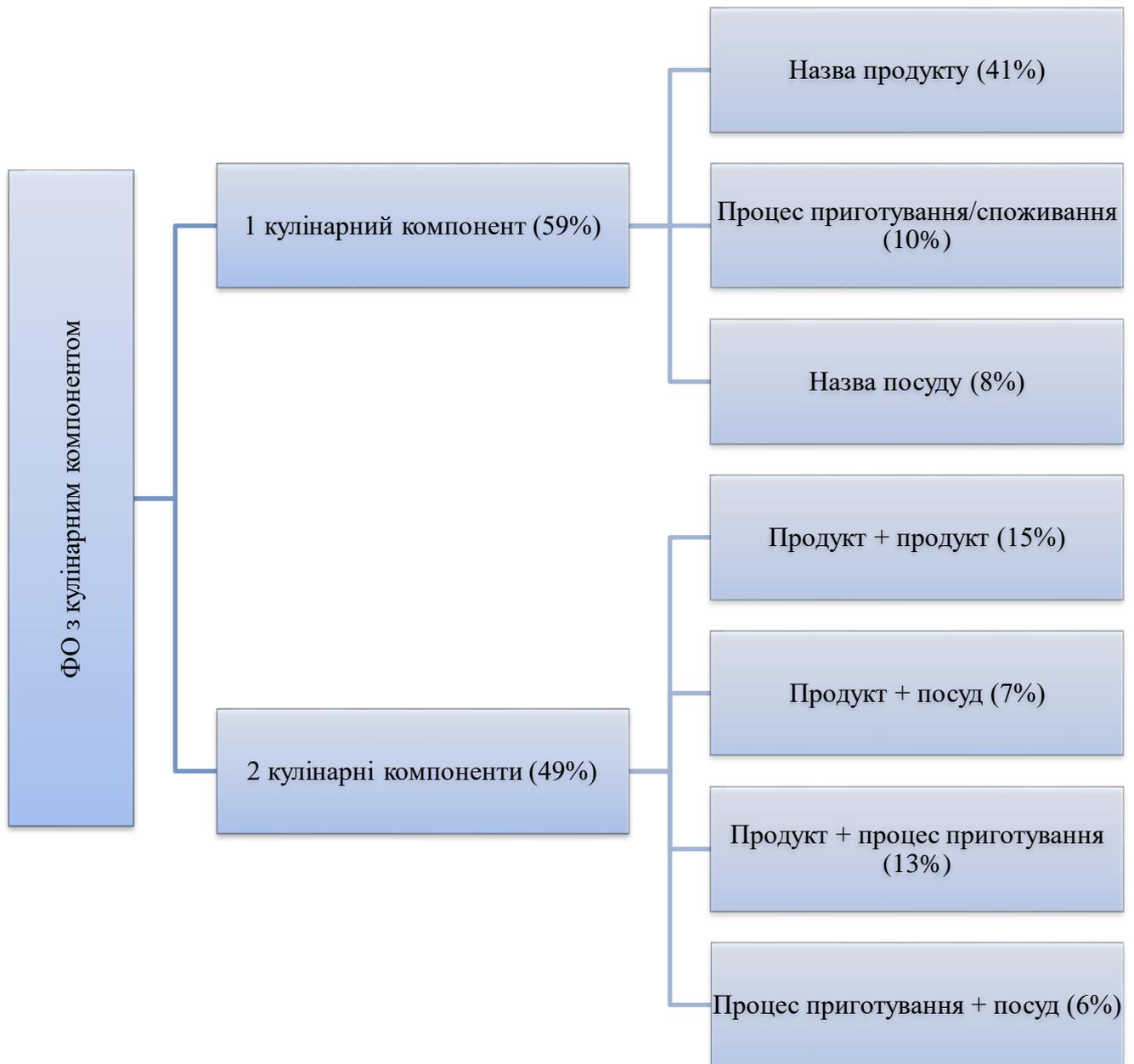
81. WPRaRwiASU: Wörterbuch und Portal für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache.

<https://www.redensarten-index.de/suche>

ДОДАТКИ

Додаток А

Структурний аспект ФО з кулінарним компонентом:



Додаток Б

Методи перекладу ФО у публіцистичних текстах:

